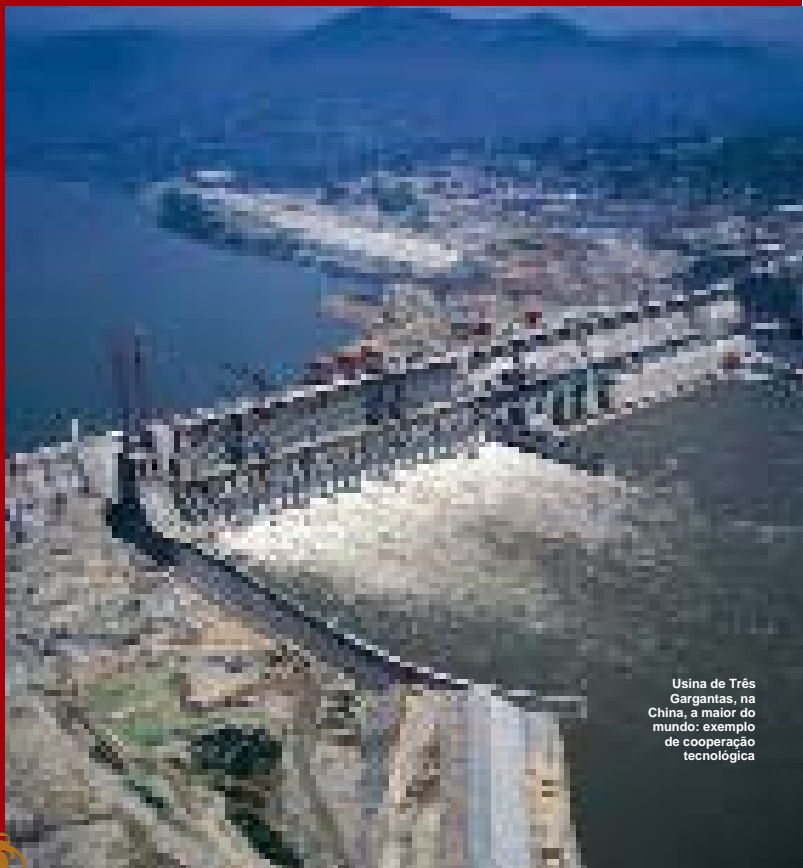


MINISTÉRIO
DAS
RELAÇÕES
EXTERIORES
Departamento
de Promoção
Comercial



BRASIL

MARCA DE EXCELÊNCIA



Usina de Três
Gargantas, na
China, a maior do
mundo: exemplo
de cooperação
tecnológica



BRASIL E CHINA: A PARCERIA DE DOIS GIGANTES



MINISTRY OF FOREIGN RELATIONS

Trade Promotion Department
Anexo Administrativo I - Sala 220
Palácio Itamaraty
Esplanada dos Ministérios - Bloco H
70170-900 Brasília - DF
Phones: 55-61-411-6240/6241/6242
Fax: 55-61-223-2392/2409
E-mail: dpre@brasiltradenet.gov.br
contato@brasiltradenet.gov.br
Website: www.braziltradenet.gov.br

Trade Programmes Division
Phones: 55-61-411-6293/6393
Fax: 55-61-322-0827
E-mail: dpg@brasiltradenet.gov.br

Trade Information Division
Phones: 55-61-411-6463/6468/6636
Fax: 55-61-322-4312
E-mail: dic@brasiltradenet.gov.br

**Trade Promotion Operations
Division**
Phones: 55-61-411-6577/6578
Fax: 55-61-411-0833
E-mail: doc@brasiltradenet.gov.br

**Trade Fairs and Tourism
Division**
Phones: 55-61-411-6394/6395
Fax: 55-61-322-0833
E-mail: dfi@brasiltradenet.gov.br

DIRECTOR AND EDITOR *Diretora Betula* EXECUTIVE EDITOR *Alex Branco*

CHINESE EDITOR
Liu Jun
TRANSLATORS
Liu Jun, Gileta Shyn, Sun Li Tong
CONTRIBUTORS
*Camila de Luca, Denis Cardoso,
Ikkiro Zuhit, Lisete Teles, Maria
Helena Passos, Markow Eggs,
Nicola Sola, Patricia Carvalho,
Virginia Silveira*

PHOTOS
*Antonio Milena/ABr, France Presse,
J. Brown/France Presse, José
Cruz/ABr, Wegner
Santos.Xina.com.br, Ricardo*

*Assury/Pulsar Imagens, Ricardo
Assury/Pulsar Imagens, Taca
Vieira/Pulsar Imagem, Nik
Wheeler/Corbis/Slick Photos,
Marcos Mendes/AF, Maurício
Simionetti/Pulsar Imagens, Deltim*

Martins/Pulsar Imagens
GRAPHIC DESIGN
Assoka D Comunicação

FINAL ART IN CHINESE
Djalma Gomes da Silveira Neto

GRAPHIC PRODUCTION
Solange Melender

PHOTO PRODUCTION
Edule Shaw

PRINTED AT
Ipês Gráfica

**TO ADVERTISE PLEASE
CONTACT**
SIM - Serviços de Informações e
Marketing
Marcos Menache
Phone: 55-31-2121-7070
Fax: 55-31-2121-7060
www.sim-mkt.com
E-mail: marcos@sim-mkt.com

Editora Brazil Now Ltda.
Av. Prof. Alfonso Bovero, 323
01254-000 São Paulo SP Brazil
Phone: 55 11 3672 4323
Fax: 55 11 3875 7100
http://www.brazilnow.com

RESPONSIBLE DIRECTOR
Diretora Betula (MT 8.961)

SUMÁRIO



4 CAPA
Dois gigantes somam forças

16 ENTREVISTA
Alliança sinérgica

22 AVIAÇÃO
A Embraer aterrissa na China

26 ENERGIA
Com todo o gás

29 MINERAÇÃO/SIDERURGIA
Negócios com muita tempera

35 MINAS GERAIS - FOCO ESPECIAL
Um parceiro ideal

37-O melhor destino para a China
40-Força automotiva
41-Rico subsolo
42-Claras vocações econômicas
45-O caminho da Estrada Real
46-Confiabilidade, a marca de Minas

48 CONSTRUÇÃO
Tecnologia e grandes negócios

54 FINANÇAS
Negócios ativam operações financeiras

60 VEÍCULOS
Em alta velocidade

64 ALIMENTOS
Um provedor confiável

68 CELULOSE
Fibra de valor

70 NEGÓCIOS
Banco do Brasil, uma ponte para a China e todo o
mercado mundial

DOIS GIGANTES SOMAM FORÇAS

Brasil e China, dois dos maiores países do mundo, intensificam relações comerciais, consolidam parceria estratégica e reforçam posição no cenário mundial

MARIA HELENA PASSOS

Ao apertar a mão do presidente da China, Hu Jintao, durante sua visita oficial a Pequim, o presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, estará protagonizando momento inédito na história da relação entre as duas nações. Exatas três décadas depois que as relações diplomáticas foram reatadas entre ambos os países, é a primeira vez que seus governos afirmam claramente, no plano da política internacional, postura coincidente no intuito de estabelecer uma relação de médio e longo prazo com vistas ao desenvolvimento econômico e social.

Ao mesmo tempo, desde que o Barão de Jaceguay, ministro plenipotenciário brasileiro, firmou em 1880 o Tratado de Amizade, Comércio e Navegação, em Tientsin, com o governo chinês, os negócios entre os dois países jamais atingiram tanta intensidade.

“Os negócios que podemos consolidar na visita podem chegar a US\$ 10 bilhões”, afirmou o ministro das Relações Exteriores do Brasil, Celso Amorim, em abril, ao voltar da China. Trazia também na bagagem a boa notícia dada pelo seu colega chinês, o chanceler Tang Jiaxuan, de que seu país apoiará a concessão de um assento permanente do Brasil no Conselho das Nações Unidas.

As perspectivas econômicas são relevantes. A cifra de US\$ 10 bilhões equivale a mais do que o dobro do recorde de US\$ 4,532 bilhões que o Brasil exportou para a China em 2003, e lhe rendeu um saldo comercial de US\$ 2,385 bilhões. É também igual a 40% do superávit recorde obtido pela balança comercial brasileira em 2003.

Para os chineses, donos de uma economia que cresceu 9,1% no ano passado e de um PIB de US\$ 1,6 trilhão (incluindo Hong Kong), o triplo do brasileiro, a ta-



O presidente brasileiro, Luiz Inácio Lula da Silva, e o presidente chinês, Hu Jintao: aproximação histórica

refa de alimentar uma população oito vezes maior que a do Brasil e de prover sua modernização industrial e econômica torna cada vez mais interessante o acesso a recursos de grandes produtores agropecuários e minerais. São igualmente atrativos aos chineses itens manufaturados de ponta, seja na indústria pesada seja em software, que representem alternativa ao que oferecem os países desenvolvidos blocos desenvolvidos.

Esse processo de aproximação registrou o aumento do intercâmbio de visitas de alto nível. Visitaram o Brasil nos últimos treze anos praticamente todos os principais líderes, dentre os quais o ex-presidente Jiang Zemin. Um marco indubitável desse movimento de construção de um novo tipo de relacionamento foi o prognóstico do atual primeiro-ministro Zhu Rongji, feito em 1993, quando era o principal encarregado das reformas econômicas chinesas. O futuro das relações sino-brasileiras, disse Rongji, é o de uma “parceria estratégica”.

No plano internacional, há pelo menos uma década, Brasil e China têm atuado harmonicamente. Exemplos são o apoio dos dois países ao protocolo de Quioto, e a convergência de posições em Cancun, no México, durante a reunião da Organização Mundial do Comércio em 2003. De fato, a atuação da China e do Brasil em



Transporte de minério de ferro da Vale do Rio Doce: suprindo o vigoroso mercado chinês

Cancun foi essencial para a criação do G-21, grupo de nações que luta para vencer as políticas protecionistas adotadas pelos Estados Unidos e a União Européia, sobretudo no que respeita aos produtos agrícolas.

As duas nações se identificam igualmente na defesa das Nações Unidas como foro adequado para a solução de conflitos internacionais.

A rigor, esta é a primeira vez que o Brasil se aproxima da China de modo autônomo. Há apenas três décadas, quando o governo Geisel reatou relações diplomáticas com Pequim, impulsionado pelo vento da política do ex-presidente Richard Nixon, era outro o perfil dos dois países, inclusive no plano econômico.

O Brasil exibia então um PIB de US\$ 334 bilhões e exportava US\$ 12 bilhões para o mundo. A China vivia um momento de estagnação: seu PIB totalizava US\$ 160 bilhões e as vendas externas não passavam de US\$ 6 bilhões, cifra menor do que o comércio bi-lateral entre os dois países no ano passado.

Hoje, não só a dimensão das economias dos dois países se inverteu, como o comércio externo chinês soma US\$ 850 bilhões e correspondente a quase oito vezes o brasileiro.



Maiores hidrelétrica do mundo, a usina de Três Gargantas empregou tecnologia brasileira na sua construção

Historicamente pode-se localizar o interesse privado brasileiro em exportar para a China, nesses trinta anos na visita do empresário Horácio Sabino Coimbra, então presidente da Companhia Cacique de Café Solúvel, visitou Cantão e Pequim, em outubro de 1971, acompanhado do cônsul brasileiro em Hong Kong Geraldo Haroldo Cavalcanti, na condição de assessor especial autorizado pelo Itamaraty, em missão especial pioneira, de conhecimento do governo brasileiro, com vistas ao reatamento das relações comerciais e diplomáticas Brasil-China, que veio a ocorrer em 1974.

As trocas entre Brasil e China se basearam por muito tempo na compra de algodão, açúcar e cacau de um lado e produtos baratos de outro. Foi somente no último triênio que o comércio acelerou o passo, com o superávit brasileiro bilateral saltando de US\$ 600 milhões em 2001 para os US\$ 2,38 bilhões em 2003.

Um marco dessa trajetória foi a assinatura de acordo sobre agricultura, medicina, eletrônica, tecnologia da informação, energia e espaço firmado, em 1982. Esse acordo revelou que a coincidência de interesses entre os dois países transcendia a área comercial para abranger a cooperação em outros setores.

O primeiro resultado dessa tendência surgiu na área espacial, na qual firmou-se em 1988 um acordo bilateral envolvendo o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) e a Academia Chinesa de Cooperação Espacial (CAST) e criou o programa sino-brasileiro de construção de satélites para a avaliação de recursos terrestres.

O primeiro satélite produzido conjuntamente foi posto em órbita em 2000 e foi desativado em agosto de 2003. No período, ele enviou 400 mil imagens para as estações de solo da China. Contribuiu com a agricultura, ciência florestal, conservação de águas e uso de terra, além da investigação ambiental no país asiático. Como observa o Ministro das Relações Exteriores do Brasil Celso Amorim, esse acordo bilateral "permitiu a Brasil e China passarem de meros usuários a proprietários de um sistema de sensoriamento remoto, com aplicações nas áreas ambiental, urbana e agrícola." (favor ver entrevista à página 16)

Grandes projetos chineses foram beneficiados, como o transporte de águas do sul para o norte e de gás do oeste para o leste do território chinês.

Em outubro de 2003, um segundo satélite sino-brasileiro o substituiu no espaço. A parceria já permitiu ao Brasil reduzir a dependência dos congêneres Landsat, norte-americanos e do francês Spot, em tarefas essenciais e estratégicas como meteorologia, dimensionamento de safras, monitoramento da Amazônia e de desastres naturais. O programa que movimenta recursos superiores a US\$ 300 milhões, se fundamenta em uma responsabilidade compartilhada: 70% da China e 30% do Brasil.

Outro resultado da aproximação do Brasil com a China é o investimento cerca de US\$ 2 bilhões em uma joint venture entre a mineradora brasileira Companhia Vale do Rio Doce e a poderosa Shanghai Baosteel, respectivamente donas de um faturamento de anual de US\$ 5 bilhões e de US\$ 4,1 bilhões, para a construção de duas siderúrgicas no Maranhão com capacidade de produzir cerca de quatro milhões de toneladas de aço por ano (favor ver reportagem à página 18).

O negócio é particularmente significativo porque sinaliza para uma direção que vai para além do que tem sido o principal filão das exportações brasileiras para a China – a venda de commodities.

Segundo informa o Instituto de Estudos Comerciais e Negócios Internacionais (Icne), 70% do que os chineses compram do Brasil são produtos agrícolas liderados pela cadeia da soja. A cadeia da soja representou 80% do valor FOB de uma pauta de produtos alimentícios que incluiu ainda a exportação de frango e carne bovina para a China. Estes dois últimos produtos só foram comercializados em consequência direta da entrada do país asiático na OMC em 2001, que pavimentou o ca-



Em obras: o frenético ritmo de crescimento da economia chinesa abre oportunidades para empresas brasileiras

minho para o acordo bilateral, firmado em 2002, no qual barreiras fitossanitárias foram derrubadas.

Um terceiro núcleo de negócios tem-se robustecido de forma crescente. É o que Tang Kai Qian, presidente da Câmara de Comércio e Indústria Brasil China, define como novos nichos. O negócio mais reluzente dessa categoria é o que envolve a fabricação de aviões pela Embraer em solo asiático (favor ver reportagem à página 12).

Os nichos a que se refere Tang Kai Qian reúnem transações de porte diversificado e formam um rol de perfil versátil. Eles vão desde o fornecimento de equipamentos, sistemas e tecnologia para a construção de obras de porte, como as grandes hidrelétricas em construção na China – que contam com a participação de empresas como a construtora Mendes Junior, de fabricantes de turbinas e sistemas como a Voith Siemens e a Braspower, do Paraná, até a área de genética animal: embriões de gado brasileiro de elite estão sendo exportados para aprimorar o sangue do gado leiteiro chinês.

Qian, cuja entidade foi criada em 1976 por sugestão do vice-primeiro-ministro da China à época, Wu Xueqian, menciona com entusiasmo o fato de que os chi-

neses já importam do Brasil sucos da Del Valle, telhados industriais de aço da Marko Roll-on e leite longa-vida da cooperativa mineira Cemil.

Particularmente, Qian se regozija com a estréia, na China, do café brasileiro Pelé, com rede de distribuição própria, no mercado chinês, mais de trinta anos após a expedição pioneira de Coimbra. A rigor, até recentemente, a classe média chinesa, um contingente calculado em 170 milhões de pessoas, consumia frutas e café brasileiro, mas ignorava a sua origem. Isto porque chegavam até a sua mesa por meio de exportadores e intermediários, europeus e norte-americanos. Não por acaso, a Bolsa de Mercadorias e Futuros de São Paulo (favor ver reportagem à página 28) está inaugurando seu escritório em Xangai, na imponente sede do Banco Popular da China, neste mês de maio.

Outro avanço na relação comercial entre os dois países pode ser percebido no interesse demonstrado pelo presidente do Banco Popular da China, Zhou Xiaochuan, em investir na infra-estrutura, em particular de transportes, no Brasil. Em conversa com o ministro do Planejamento Guido Mantega, do Brasil, durante a reunião anual do Banco Interamericano de Investimento (BID), realizada em Lima, em março passado, Zhou Xiaochuan previu um investimento potencial de US\$ 2,8 bilhões, ao longo de três anos, em projetos conjuntos com empresas privadas, apoiados por instituições financeiras internacionais.

Trata-se, fundamentalmente, de prover recursos para a recuperação da malha ferroviária brasileira. Este projeto permitirá à China, que desempenha papel de relevo na definição dos preços internacionais de commodities no mundo, não só o acesso favorável a produtos brasileiros, como também a venda de equipamentos ao Brasil. No horizonte, paira a perspectiva de uma ferrovia que ligue o Brasil ao Pacífico, através do Chile ou do Peru.

Disposta a ter papel mais ativo na América Latina, onde o Brasil é a maior economia, a China pleiteia ingresso como sócia no Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Para os países latino-americanos, o interesse da China é bem-vindo, uma vez que o potencial do mercado chinês pode desempenhar papel importante para a expansão do PIB regional na perspectiva de atingir o crescimento anual de 4% em 2004, projetado pelo BID.

"O Brasil nunca foi capaz de compreender adequadamente a carta desenvolvimentista chinesa", resume Amaury Porto de Oliveira, ex-embaixador em Cingapura e membro do Instituto de Estudos Econômicos e Internacionais. Uma carta que, em sua opinião, permitirá à China repetir a façanha econômica protagonizada pelos Estados Unidos na segunda metade do século XIX e que transformou aquele país na potência que é hoje.

Para o Brasil, que se empenha em crescer com estabilidade econômica, a China pode representar uma alternativa para a obtenção de divisas. "Se o Brasil souber fazê-lo agora, aproveitará o processo e irá além de ficar esperando investimentos e vendendo matéria-prima", afirma Oliveira.

A visita do presidente brasileiro Luiz Inácio Lula da Silva a Pequim e Xangai poderá dar impulso decisivo ao futuro dessas relações entre os dois países.

De qualquer forma já é possível a população nas ruas das principais capitais brasileiras e cidades chinesas usufruir o crescente intercâmbio cultural entre o Brasil e a China. Um exemplo disso foi a mega-exposição "Guerreiros de Xi'an e os Tesouros da Cidade Proibida", realizada no Brasil em 2003. A mostra trouxe ao Brasil estátuas em terracota de guerreiros chineses, descobertas em 1974, nada menos do que dois mil anos depois de esculpidas.

Em contrapartida, em Xangai, a presença de filmes brasileiros tem sido notada há oito anos, no Festival de Cinema que lá se realiza. Para outubro de 2004 prevê-se a exibição de películas chinesas durante a Mostra Internacional de Cinema, que anualmente se realiza em São Paulo. Em maio, o próprio Presidente Luiz Inácio Lula da Silva deverá inaugurar uma exposição de arte plumária e arqueologia brasileira na Cidade Proibida, patrocinada pela empresa BrasilConnects

Na área da educação, a Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP) desenvolve um significativo projeto de intercâmbio entre alunos e professores da instituição com universidades chinesas. A FAAP pretende incluir a China entre os destinos que oferece aos alunos dos cursos de pós-graduação e MBA, em razão da excelência de suas instituições. "Queremos que os alunos possam não só conhecer a cultura da China, mas também frequentar instituições acadêmicas como forma de complementar seus estudos", diz a professora Maria Izabel Branco Ribeiro, Diretora do Museu de Arte Brasileira da FAAP.

O assunto foi tratado durante visita feita pela Diretoria da FAAP à China, em 2002. Esse grupo de acadêmicos brasileiros, capitaneado por Celita Procópio de Carvalho, Presidente do Conselho Curador da FAAP, e pelo Dr. Antonio Blas Bueno Guillon, Diretor-Presidente da instituição, cumpriu um extenso programa de contatos com autoridades de escolas e museus chineses, para a discussão desses intercâmbios e identificação de peças – provenientes de coleções particulares de Hong Kong – para a exposição "China: a Arte Imperial, a Arte do Cotidiano, a Arte Contemporânea", realizada no museu da Fundação, em São Paulo, em agosto de 2002, atraindo 140 mil visitantes. O evento foi acompanhado de um Desfile de Trajes de 5 Dinastias e apresentação do Grupo de Kung Fu Taiji, sob a direção de Madame Song.

Aliança sinérgica

O Ministro de Relações Exteriores do Brasil, Celso Amorim, enfatiza, nesta entrevista exclusiva, as oportunidades e potenciais decorrentes da intensificação nas relações sino-brasileiras

Brasil Marca de Excelência – *Como o senhor avalia os resultados da sua recente viagem à China e as perspectivas que resultarão da visita oficial do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em maio?*

Ministro Celso Amorim – Os resultados da visita à China foram muito satisfatórios. Ela se deu num momento de intensificação inédita e decisiva nas relações sino-brasileiras. Serviu não apenas para retribuir a visita que o então Chanceler Tang Jiaxuan, hoje Conselheiro de Estado, realizou ao Brasil em 2000, mas sobretudo para sinalizar o destaque que o Presidente Luiz Inácio Lula da Silva determinou fosse dado às relações bilaterais e, de maneira mais específica, para preparar a visita do Presidente Lula à China, em maio próximo.

BME – *Fala-se que as relações Brasil-China ganham agora um novo patamar. Em que consiste esse novo estágio do relacionamento entre essas duas importantes nações?*

Ministro Celso Amorim – No âmbito comercial, graças ao crescimento vigoroso das exportações brasileiras para o mercado chinês nos últimos anos, a China tornou-se, em 2003, o terceiro maior importador de produtos brasileiros, atrás dos EUA e da Argentina. Ainda em 2002, a China já havia ultrapassado o Japão como o maior mercado do Brasil na Ásia. Esse salto das exportações brasileiras para a China se deu sobretudo a partir de 1999, período a partir do qual a economia chinesa passou a absorver grandes quantidades de matérias-primas tradicionalmente exportadas pelo Brasil. Como consequência dessa de-



Amorim: "Brasil e China registram um salto qualitativo em suas relações"

manda chinesa, as exportações brasileiras à China passaram de US\$ 1,1 bilhão, em 2000 para US\$ 4,5 bilhões, em 2003.

Não obstante a expansão sem precedentes das exportações brasileiras à China nos últimos anos, há desafios importantes a vencer, como a excessiva concentração de nossa pauta de exportações – sobretudo soja em grão e minério de ferro. Nesse sentido, daremos seguimento aos entendimentos para abrir o mercado chinês para nossas exportações de produtos agro-industriais, sobretudo carnes, por meio de entendimentos sanitários e fitossanitários. A visita do Ministro da Quarentena da China ao Brasil, em agosto de 2002, foi marcada pela assinatura de Memorando de Entendimento na Área Sanitária e Fitossanitária, o qual, propiciou, já naquele ano, a aprovação da importação de carnes de aves, bovinos e suínos do Brasil pelo Governo chinês. Superadas as dificuldades em relação ao setor de carnes, pretendemos retomar o diálogo entre as autoridades de ambos os países visando à liberação das importações de cítricos brasileiros pela China.

A EMBRAER, por outro lado, ingressou no mercado chinês de aviação regional por meio de joint-venture com a empresa aerospacial chinesa AVIC II, empreendimento que propiciará novas oportunidades para exportações brasileiras de produtos de alto valor agregado.

Outro avanço importante foi o engajamento de importantes líderes empresariais dos dois países no processo de aproximação bilateral mediante a constituição do Conselho Empresarial Brasil-China, que conta com destacados líderes empresariais dos dois países. O Conselho terá como principal função fomentar a cooperação empresarial, buscando incentivar a realização de missões empresariais, bem como atuar na promoção de uma imagem mais atualizada do Brasil na China.

Um próximo passo promissor será o de explorar o grande potencial existente para investimentos chineses no Brasil, dado o grande nível de reservas que hoje existem na China (cerca de US\$ 400 bilhões). Hoje, o nível de investimentos chineses no Brasil ainda é pequeno, concentrando-se em eletrônica e eletrodomésticos (Huawei e Gree). Há, porém, perspectivas de virem a ser realizados grandes investimentos chineses no Brasil. Nesse sentido, a joint-venture Baovale, formada pela Companhia Vale do Rio Doce e pela Baosteel, maior siderúrgica chinesa, poderá constituir-se em poderosa ferramenta para atração de investimentos para a mineração no Brasil.

Um outro item de destaque nas relações bilaterais é a cooperação na área científico-tecnológica, em que sobressai o Programa Sino-Brasileiro de Satélites de Recursos Terrestres – CBERS, que permitiu a Brasil e China passarem de meros usuários a proprietários de um sis-

tema de sensoriamento remoto, com aplicações nas áreas ambiental, urbana e agrícola. Já foram lançados dois satélites pelo Programa – o CBERS 1, em 1999 e o CBERS 2, em 2003. Essa iniciativa fortaleceu as indústrias de aplicativos para o setor aeroespacial nos dois países, bem como abriu oportunidades para a venda de imagens e para terceiros países na África, na América Latina e na Ásia.

BME – *Que razões levam o governo brasileiro a conferir prioridade à China, a ponto de programar essa visita presidencial e tantas outras que já ocorreram, como a sua?*

Ministro Celso Amorim – A Parceria Estratégica de que dispomos com a China conta com pelo menos dois pilares muito claros. De um lado, a dimensão bilateral de nossas relações tem por si só um peso muito significativo, tendo em vista o amplo potencial de criação de sinergias e de aprofundamento dos nossos intercâmbios na área na área econômico-comercial. De outro, no entanto, há uma dimensão política de convergência de visões acerca dos principais problemas do cenário internacional. As dimensões dos dois países, o papel regional que exercem, os grandes desafios de desenvolvimento econômico-social que enfrentamos, a condição de ambos de grandes países em desenvolvimento, a semelhança de posições nos foros internacionais, tudo isso alicerça uma visão multilateralista comum, que nos faz buscar o fortalecimento de uma saudável multipolaridade na ordem internacional, seja em sua esfera política, seja na econômico-comercial.

BME – *O Senhor considera que governos anteriores não trataram a China com a merecida importância?*

Ministro Celso Amorim – O Sr. Presidente da República confere uma prioridade especial às relações com a China. O Presidente Lula inclusive explicitou essa prioridade ao fazer menção específica à China em seu discurso de posse. Eu diria que estamos operando um salto qualitativo em nosso relacionamento bilateral. Mas está claro que a alta qualidade de nossas relações bilaterais se assenta em anos de interação e cooperação entre os dois países. Desse histórico, destacaria a assinatura, em 1994, do Acordo-Quadro sobre Aplicações Pacíficas de Ciência e Tecnologia no Espaço Exterior, instrumento que deu origem ao Programa Sino-Brasileiro de Brasileiro de Satélites de Recursos Terrestres. Além dos dois satélites previstos pelo CBERS, por exemplo, outros dois serão lançados nos próximos anos, possivelmente no Brasil, graças ao protocolo que firmamos recentemente em seguimento ao Programa.

BME – *E, no plano político, como se desdobrará essa*

estratégia tendo em vista especialmente a situação criada pelo regime político chinês?

Ministro Celso Amorim – As excelentes relações bilaterais entre os dois países têm como base a percepção comum de que China e Brasil são parceiros naturais. No campo econômico, a complementaridade de suas economias e o potencial para a ampliação das correntes de comércio fazem do Brasil o principal parceiro comercial chinês na América Latina, bem como da China o principal parceiro brasileiro na Ásia. Por outro lado, para além de questões meramente comerciais, os dois países partilham uma visão de mundo multilateralista que busca, a médio prazo, a construção de uma nova ordem internacional multipolar, marcada pelo revigoramento da ONU, assim como pela promoção dos interesses dos países em desenvolvimento por meio da atuação conjunta em mecanismos como o G-20, grupo de países em desenvolvimento que atua no âmbito da Rodada de Doha da Organização Mundial de Comércio a favor da liberalização do comércio agrícola internacional.

É essa visão comum – aliada ao grande potencial econômico-comercial já mencionado – a base da Parceria Estratégica Brasil-China. Dados os sólidos fundamentos que a mantêm de pé, não tenho dúvidas em que a Parceria Estratégica bilateral tem grande potencial para fortalecer-se ainda mais nos próximos anos, expandindo-se para novos setores. Dentre eles, a cooperação estratégica entre grandes empresas brasileiras e chinesas no campo da siderurgia, do petróleo, da aviação civil, conforme demonstrado pela entrada da EMBRAER no mercado chinês.

BME – *Iniciativas de natureza cultural e educacional poderão aumentar o grau de colaboração entre o Brasil e a China? Quais seriam essas iniciativas?*

Ministro Celso Amorim – A cooperação cultural e educacional tem desempenhado papel de grande importância como instrumento para aprofundar o conhecimento mútuo e os laços de simpatia e amizade entre nossos povos. O Itamaraty tem apoiado um programa de divulgação cultural do Brasil na China, de que constam exposições de artes plásticas, apresentações musicais, entre outros. Ao mesmo tempo, outras iniciativas ocorrem com o apoio financeiro da iniciativa privada, como é o caso, por exemplo, da exposição de arte plumária e arqueologia na Cidade Proibida, a ser inaugurada pelo Presidente da República, patrocinada pela empresa BrasilConnects, além de outros eventos patrocinados por empresas brasileiras com interesses na China. No tocante à cooperação educacional, os Governos tanto do Brasil como da China têm trabalhado com ofertas recíprocas de bolsas de estudos e projetos de intercâmbio de professores.



O modelo ERJ-145, produzido pela Embraer, em parceria com a Avic-II: conquistando o mercado asiático

AVIAÇÃO

A Embraer aterrissa na China

Maior fabricante de jatos de porte médio do mundo, a empresa brasileira começa a produzir aeronaves em território chinês

VIRGINIA SILVEIRA

Um mês depois de apresentar ao mercado a sua primeira aeronave comercial produzida na China, em dezembro de 2003, a Embraer teve a primeira demonstração do potencial de negócios que tinha pela frente no mercado asiático: recebeu uma encomenda da China Southern, de seis aeronaves ERJ-145 para 50 passageiros, um contrato estimado em US\$ 120 milhões.

Para operar no mercado asiático, a Embraer associou-se à Harbin Aircraft Industry Co e à Hafei Aviation Industry, empresas controladas pela Avic II, constituindo a joint-venture Harbin Embraer Aircraft Industry Company Ltd (HEAI).

Para o presidente da Avic II, Zhang Yanzhong, a coo-

peração entre a empresa e a Embraer será uma ação estratégica de longo prazo e de benefício mútuo para ambas as companhias. "Faremos esforços para assegurar a cooperação bilateral um novo modelo de sucesso de cooperação Norte-Sul", diz ele.

A nova empresa, instalada na cidade de Harbin, no nordeste da China consumiu investimentos da ordem de US\$ 25 milhões, para produzir jatos da já consagrada família ERJ-145, de 37 a 50 assentos. A instalação de uma fábrica na China foi uma decisão estratégica para viabilizar a venda dos aviões da Embraer no mercado chinês sem o ônus de importação.

A participação da Embraer na HEAI é majoritária, com 51% do capital social da empresa. A unidade possui 152 empregados, mas a Embraer estima que este número deva subir para 180 até meados deste ano. A HEAI é responsável pelas atividades de produção, montagem, vendas e suporte pós-vendas dos aviões que serão comercializados inicialmente no território da República Popular da China.

As instalações da Embraer em Harbin também ampliaram a atuação da Embraer na China, onde já estava presente por meio de um escritório de representação em Pequim, responsável por ações de marketing e de vendas, inaugurado em 2000.

A empresa também já operava na China o Beijing Distribution Center, administrado em conjunto com a China Aviation Supplies Import and Export Corp. Trata-se de um centro de distribuição de peças de reposição de 750 metros quadrados, com um estoque de mais de 6000 diferentes componentes e peças de aeronaves.

Atualmente cinco aviões ERJ-145 da Embraer voam na China, operados pela Sichuan Airlines Co. As encomendas de jatos feitas pela Sichuan e pela Wuhan Airlines totalizam 35 unidades, mas parte do negócio ainda aguarda aprovação das autoridades chinesas para serem efetivados.

As novas encomendas feitas pela China Southern, de acordo com a Embraer, começam a ser entregues a partir de julho deste ano e se estendem até janeiro de 2005.

A companhia chinesa possui 38% de participação no mercado de aviação chinês, transportando passageiros para mais de 80 cidades no mundo.

O acordo assinado entre a Embraer e a Avic II prevê o desenvolvimento de outras versões de aeronaves específicas para o mercado chinês, mas segundo a Em-



Dirigentes das duas empresas celebram a constituição da Harbin-Embraer: voando alto.

braer, isso não inclui aviões na faixa de 70 a 110 assentos. Isso porque a China decidiu montar uma outra fábrica que se dedicará à produção de jatos nesse segmento. O vice-presidente para o Mercado de Aviação Comercial da Embraer, Frederico Fleury Curado, adianta que a joint-venture na China vai focar a produção de aviões até 50 lugares.

Os jatos ERJ-145 produzidos em Harbin sob licença da Embraer, têm as mesmas características dos aviões fabricados no Brasil. Mais de 750 aeronaves dessa família já foram produzidas e entregues pela Embraer em vários países do mundo. "O ERJ-145 se encaixa bem na frota e estrutura de rotas da companhia e terá um papel importante no desenvolvimento dos negócios da China Southern", diz o presidente da China Southern Airlines, Yan Zhiqing.

A experiência de produção de aviões fora do Brasil pela Embraer não é inédita. O turboélice de treinamento militar EMB 312 Tucano foi produzido no Egito em conjunto com a estatal Arabe Organization for Industrialization. No total foram produzidas 110 unidades do Tucano. Outras 10 foram montadas no Brasil e transportadas em voo para o Egito.

O contrato, fechado em 1983, foi avaliado em US\$ 180 milhões. Dois anos depois a Embraer começou a produzir o Tucano na Inglaterra em parceria com a Short. Para esta empresa a Embraer produziu 130 modelos do Tucano.

O VÔO DA VARIG

A parceria de empresas brasileiras no mercado aeronáutico chinês também inclui a companhia aérea Varig, que está instalando escritório de representação em Pequim. A Varig é a primeira empresa aérea da América Latina a se instalar na China para disputar o emergente mercado de passageiros da região, estimado em 85 milhões.

Segunda a Varig, os voos na rota Brasil-China, que ainda estão sendo negociados com a Air China, provavelmente terão início em agosto deste ano. Com um tempo estimado de 25 horas, os voos farão escala em Munique, na Alemanha. A inauguração do novo escritório da Varig contou com a presença do Ministro das Relações Exteriores do Brasil, Celso Amorim.



Encurtando distâncias: a Varig na rota São Paulo-Pequim

Com todo o gás

Líder do mercado de energia na América Latina, a Petrobras finca bases na Pequim para operar em conjunto com empresa chinesas

NICOLA SOLIA

A maior empresa brasileira – a Petrobras (Petróleo Brasileiro S.A.) – também está atenta para o potencial da economia chinesa. Até maio, a companhia, com faturamento da ordem de US\$ 30 bilhões, abre sua primeira representação comercial em Pequim, dando o passo inicial para um acordo de cooperação com a petrolífera local Sinopec, que será assinado durante a viagem do presidente Luiz Inácio Lula da Silva ao gigante asiático.

“Eles têm expertise em engenharia de unidades de refino e petroquímica: nós somos especialistas em exploração e produção em águas profundas. A ideia é nos complementarmos em algumas parcerias”, explica o diretor da área internacional da empresa, Nestor Cerveró. O presidente da companhia, José Eduardo Dutra, vai acompanhar a comitiva do governo para assinar o acordo.

O acordo com a Sinopec começou a ser negociado em fevereiro, durante uma visita de executivos da Petrobras a Pequim. No mês seguinte, os chineses retribuíram a visita e um rascunho dos termos da cooperação foi divulgado. O objetivo das companhias é desenvolver negócios em conjunto em diversas áreas, como exploração e produção de petróleo, refino e petroquímica.

A investida da empresa brasileira na China é o mais novo lance do programa de internacionalização da Petrobras. Na gestão anterior, essa política focou principalmente as oportunidades no Oceano Atlântico e na América do Sul. Isso, entretanto, não impede que a maior empresa brasileira busque outras oportunidades.

“A China é o segundo maior importador de petróleo do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, e precisa obter fontes seguras de suprimento”, diz Cerveró. Com efeito, o consumo chinês vem crescendo em níveis supe-



O presidente da Petrobras, Eduardo Dutra: parcerias promissoras na área energética



Plataforma da Petrobras em alto-mar: recorde mundial na prospecção em águas profundas

riores aos da produção interna: em 2002, as vendas domésticas de petróleo aumentaram 5,8%, enquanto a capacidade para o abastecimento cresceu apenas 3,5%. A produção de petróleo da China em 1992 somou 3,4 milhões de barris diários para um consumo 5,36 milhões de barris por dia, segundo as estatísticas da petroleira britânica British Petroleum (BP).

Já a produção brasileira de petróleo avança a passos largos. Perto de assegurar a auto-suficiência do mercado brasileiro, a Petrobras registrou aumento da produção de 12,2% no mesmo período, ofertando 1,5 milhão de barris por dia.

Grande parte do crescimento da indústria petroleira brasileira é baseada na descoberta de grandes jazidas de petróleo pesado, justamente o filão que a Petrobras quer explorar na China. “A China tem 34 refinarias, muitas delas preparadas para processar petróleo pesado”, informa Nestor Cerveró.

Hoje, a estatal brasileira exporta cerca de 200 mil bar-

ris por dia de óleo deste tipo, produzido, principalmente, no campo de Marlim, na bacia de Campos.

“A China tem interesse em refinar nosso petróleo”, adianta o executivo.

Em contrapartida, os chineses podem se tornar parceiros da estatal brasileira na busca de novas reservas ao redor do mundo. Os primeiros negócios, diz Cerveró, devem envolver o Equador, país onde a Petrobras atua por meio da subsidiária Petrobras Energia. Técnicos das duas empresas já avaliam possibilidades de parceria no mercado equatoriano.

A LOGISTICA E A TRANSPETRO. A Petrobras e a Comunidade Brasileira de Dutos também se voltam para o pujante crescimento da China. A Transpetro tem tecnologia e experiência para atender a demanda exigida pela sofisticada rede de fornecimento energético chinesa. Esse país constrói atualmente a maior obra do mundo em interligação transcontinental por dutos. Por essas vias (pipelines) passará mais petróleo, gás natural e outros derivados que irrigarão de energia as entranhas do país gigante que é a China.

O governo investe US\$ 14 bilhões na montagem dessa malha de dutos. Em 2003, a China comprou 230 milhões de toneladas de petróleo para alimentar seu parque de refino. Há um gasoduto ligando o oeste ao leste, o projeto do oleoduto Rússia-China e grandes gasodutos e oleodutos em obra rumando para o interior. Tudo para alimentar as refinarias que moverão o crescimento da riqueza na China. Isso ressalta a importância de se aumentar a “ligação” China-Brasil.

Foi com espírito de parceria que o Brasil participou da feira BRAZIL-CHINA TRADE FAIR em Xangai e recebeu várias missões chinesas no nosso World Petroleum Congress em 2002. Em 2003 a Petrobras também esteve representada no evento.

Baseada no sucesso dessas experiências, participou do III China (International) Petroleum Pipeline Transpetro Construction & Technical Equipment Exhibition - CIPPE, na cidade de Lang Fang, com o objetivo de conhecer mais o programa de dutos da China e construir novas parcerias. “Estamos avaliando potenciais empresas parceiras, prestadoras de serviço e fornecedoras de material”, disse o Gerente Geral de Novos Negócios e Parcerias da Petrobras/Transpetro, Marcelino Guedes F. M. Gomes.

NEGOCIOS SEGUROS – A Petrobras foi a empresa de petróleo que mais investiu em segurança e preservação ambiental nos últimos anos. A área de Pesquisa e Desenvolvimento da Petrobras se concentra em desenvolver tecnologias que resolvam problemas da vida real e ao mesmo tempo ajudem a melhorar o meio ambiente no planeta.



Alto forno da Cosipa: aço brasileiro alimenta o crescimento da economia chinesa

MINERAÇÃO/SIDERURGIA

Negócios com muita têmpera

Exportações brasileiras de minério de ferro e aço para a China quebram sucessivos recordes

LUSETE TELES

Segundo maior produtor de minério de ferro do mundo, com reservas estimadas em 20 bilhões de toneladas, o Brasil está se transformando em parceiro estratégico da China. Embora a produção chinesa de minério tenha alcançado 220 milhões de toneladas em 2003, uma das maiores em termos globais, a oferta ainda é insuficiente para fazer frente ao seu crescimento econômico espetacular do país asiático, de 9% anuais.

O Brasil, de sua parte, tem tudo para corresponder às expectativas da China: produto de qualidade, com alto teor de ferro, minas modernas, logística com suporte em uma malha eficiente de ferrovias e portos, além de mão-de-obra mineira qualificada.

As mineradoras nacionais, como a gigante Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) e as siderúrgicas Belgo Mineira e Cosipa, investem pesado em pesquisa, tecnologia

e logística para atender à demanda chinesa, cuja participação no comércio transoceânico de minério de ferro (537 milhões de toneladas) chegou a 148 milhões de toneladas em 2003.

O produto brasileiro, por sua alta qualidade e competitividade, está contribuindo para apoiar o processo de desenvolvimento chinês, ao suprir parte de sua necessidade crescente por minério de ferro e aço. No ano passado, as exportações brasileiras para o mercado chinês somaram US\$ 764 milhões, enquanto as vendas de laminados de ferro e aço totalizaram US\$ 258 milhões.

Maior produtora e exportadora mundial de minério de ferro, a Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) colocou no mercado externo, no ano passado, 186,3 milhões de toneladas, 13,5% a mais do que em 2002. Do total, 29,5 milhões de toneladas desembarcaram na China. "As vendas cresceram à base de 27% ao ano", calcula Nelson Silva, diretor de exportações do grupo, que faturou US\$ 5,5 bilhões no ano passado, uma evolução de 29,5% sobre o exercício anterior.

O intercâmbio comercial da Vale com a China começou em 1978. Dois anos depois, a empresa se estabeleceu em Xangai, o que facilitou as negociações e contribuiu para abrir novos negócios, como sua associação com dois colossos do mercado: Shanghai Baosteel Group, maior siderúrgica chinesa, e a Arcelor, consórcio franco-espanhol, líder mundial na produção de aço, para a implantação de um pólo siderúrgico em São Luís, no estado do Maranhão, região norte do Brasil.

"Sempre soubemos que o mercado chinês cresceria, mas nem desconfiávamos do que estava por vir", diz o diretor da Vale. A companhia investirá US\$ 1,4 bilhão no empreendimento, previsto para entrar em operação em 2007, com capacidade de produção, na fase inicial, de 3,7 milhões de toneladas de placas de aço. A unidade industrial processará somente o minério de ferro do Sistema Carajás, uma das maiores reservas do mundo.

Caminho similar trilha a mineradora Samarco Minerações SA. Segunda maior exportadora transoceânica de pelotas de minério de ferro do planeta, com market share de 17,8% do mercado mundial, a empresa é controlada pela Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) e pela anglo-australiana BHP Billiton – cada uma com 50% de participação.

Com faturamento de US\$ 1,2 bilhão em 2003, a empresa bateu recorde histórico no ano passado, ao comercializar 15,5 milhões de toneladas de minério de ferro (em 2002 foram 14,8 milhões de toneladas), dos quais 13,5 milhões de pelotas e 2 milhões de pellet feed (finos de minério). E a China deu enorme contribuição para essa marca: "Cerca de 43% de nossa produção da é destinada ao mercado chinês", conta Roberto Carvalho, diretor comercial da empresa.



Competitividade: custo do produto brasileiro é dos mais baixos do mundo

Os embarques da Samarco para a China, segundo ele, evoluíram de 300 mil toneladas em 1998 para 5,9 milhões em 2003, representando um faturamento de US\$ 190 milhões. No ano passado, o volume de vendas para o país asiático foi 34% superior ao de 2002, quando foram embarcadas 4,4 milhões de toneladas.

Pioneira no Brasil na exploração do itabirito, as atividades da Samarco são compostas pelos processos de lavra, beneficiamento, transporte, pelotização e embarque. O itabirito extraído na Mina de Alegria - que possui reservas de aproximadamente 5 bilhões de toneladas de minério de ferro - é movimentado através de um sistema de correias transportadoras de longa distância - com nove quilômetros de extensão - até a unidade de beneficiamento. Nesse local o minério bruto é concentrado, suas impurezas são retiradas e o teor de ferro é elevado de 47% para 67%.

Segunda maior mineradora do Brasil e quinta maior do mundo, a Minerações Brasileiras Reunidas S/A (MBR), empresa do grupo Caemi Mineração e Metalurgia S/A., também bateu recordes em 2003. Suas exportações superaram as 38 milhões de toneladas, frente as 33 milhões realizadas em 2002. Só para a China foram embarcadas 10 milhões de toneladas, cerca de 26% de suas vendas totais. O minério de ferro fino para sinterização, que promove a aglomeração do material, foi o produto mais vendido ao mercado chinês.

Com atuação global e diversificada, a MBR trabalha para produzir 40 milhões de toneladas de minério de ferro em 2004. Com um sofisticado sistema logístico, seu

complexo produtivo engloba quatro minas, todas no chamado "Quadrilátero Ferrífero" de Minas Gerais, estado situado no Sudeste brasileiro: Mina do Tamandua, Mina de Capão do Mato, Mina da Jangada e Mina do Pico.

A ONDA DOS SIDERURGICOS. A história de eficiência se repete no campo da siderurgia. O Brasil produziu 31,1 milhões de toneladas de aço bruto em 2003, recorde histórico que representa 5,2% de acréscimo sobre 2002. A produção de laminados, que totalizou 21 milhões de toneladas, registrou um crescimento de 10,7%. As exportações brasileiras do setor siderúrgico também bateram recorde, totalizando 13 milhões de toneladas (11,1% de crescimento sobre 2002).

A China, mais uma vez, é um dos principais responsáveis pelo bom desempenho das exportações brasileiras. No ano passado, a China produziu 220 milhões de toneladas de aço bruto – quase 1/4 da produção global –, e importou 28,5 milhões de toneladas de produtos. O consumo interno chinês é de 260 milhões de toneladas.

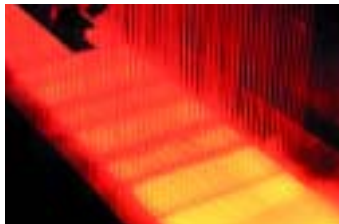
Maior importador de semi-acabados de aço e de laminados planos, dentre outros produtos siderúrgicos fabricados no Brasil, a China é um mercado cada vez mais importante para os exportadores brasileiros.

O crescimento das exportações da Companhia Siderúrgica Belgo Mineira são um bom exemplo. No ano passado, o grupo vendeu ao país asiático 63,8 mil toneladas de produtos com um faturamento de US\$ 9,1 milhões – uma evolução de 434% sobre as vendas de 2002, cujo volume atingiu 11,9 mil toneladas no valor de US\$ 4,1 milhões.

O mix incluiu fio-máquina (um laminado de aço longo) para a produção de steel cord (cordonéis de aço para pneus), fio máquina para a produção de bead wire (também para pneus) e tarugos.

A China foi também o maior importador de produtos da Companhia Siderúrgica Paulista (Cosipa) em 2003. Empresa do Sistema Usiminas, a Cosipa exportou para o país asiático 513 mil toneladas de chapas grossas, laminados a quente e a frio, além de placas, totalizando cerca de US\$ 150 milhões. O primeiro embarque para o mercado chinês, num total de 25,1 mil toneladas, ocorreu em janeiro de 1983.

Comparadas ao desempenho alcançado em 2003, as vendas cresceram 1.900%. Em 2004, a empresa, que possui porto marítimo próprio, pretende colocar no mercado externo 1,3 milhões de toneladas de aço bruto.



Veículos da Fiat na Muralha da China: fábrica instalada em Minas exporta automóveis, motores e autopeças

MINAS GERAIS

Um parceiro ideal

O Brasil é hoje o maior mercado para a poderosa fábrica de automóveis Fiat depois da Itália: responde por cerca de 7% do faturamento mundial da empresa e abriga 15 empresas do Grupo Fiat que, em 2003, realizaram negócios de US\$ 3,2 bilhões.

Não é, portanto, sem razão que o presidente da Fiat do Brasil, Roberto Vedovato, considera excelente o ambiente de negócios que encontra em Minas Gerais. Ele afirma que uma das razões para o sucesso da Fiat é exatamente o fato de o grupo italiano ter encontrado no Brasil um parceiro ideal: o Estado de Minas Gerais.

"O trabalhador mineiro é preparado, produtivo e veste a camisa da empresa. O Brasil é um mercado estratégico para o Grupo Fiat, e Minas Gerais é o foco prioritário de nossos investimentos no país", afirma Vedovato.

Também o presidente de um dos maiores conglomerados siderúrgicos do mundo, o Sistema Usiminas – maior fabricante de aços planos da América Latina –, Rinaldo Campos Soares, vê na parceria com Minas Gerais, onde o



Embarque de minério de ferro: Minas Gerais é o maior produtor e exportador do Brasil

grupo está sediado, uma das principais razões para o sucesso do empreendimento. "A Usiminas não poderia estar melhor localizada. Minas Gerais é um estado com grande variedade de riquezas, vocacionado para o segmento metalúrgico e para a indústria", diz ele.

O estado de Minas Gerais, de fato, assume posição de destaque no momento em que o Brasil se aproxima estrategicamente da China. Mineiros e chineses já mantêm uma relação comercial bastante ativa, principalmente nos setores mais fortes da economia de Minas Gerais, como mineração, siderurgia, gusa, fundição, pedras preciosas, papel e celulose, além do agronegócio, com as carnes bovina e de frango, o café, a soja.

Desde 2002, a China já é o segundo principal destino das exportações mineiras, com uma participação de 11,85% no comércio exterior de Minas, em 2003. As vendas externas de Minas para o mercado chinês representaram, no ano passado, quase US\$ 881 milhões (FOB), contra US\$ 675 milhões alcançados em 2002. O Estado também é grande importador dos produtos chineses.

E nada impede que os negócios entre os dois parceiros sejam incrementados ainda mais. Uma das três maiores economias do Brasil, com um PIB de US\$ 44 bilhões e cerca de 18,4 milhões de habitantes, Minas Gerais possui uma economia regional diversificada, vibrante e dinâmica, estimulada por um parque industrial moderno e competitivo em setores estratégicos.

Minas é o maior produtor de minério de ferro e de leite e derivados do Brasil, o segundo pólo automotivo (27% do total nacional) e o maior pólo de empresas de biotecnologia do país. Possui o segundo maior rebanho bovino (cerca de 12% do total), responde por 25% da

O melhor destino para a China

Aécio Neves
Governador de Minas Gerais



Neves: economia dinâmica e diversificada

Com 18 milhões de habitantes, um território comparável ao da França e um índice de urbanização de 82%, Minas Gerais é hoje um dos melhores estados brasileiros para investidores, visitantes e moradores. Temos uma economia diversificada, um extenso parque gerador e distribuidor de energia, a maior malha rodoviária do Brasil, aeroportos modernos e com grande capacidade para o escoamento de produtos, universidades cujas referências extrapolam as fronteiras nacionais e um povo criativo, audaz e hospitaleiro.

Localizado na região Sudeste, que concentra 78% do mercado consumidor brasileiro, o estado conta com mão-de-obra qualificada para atender as mais variadas demandas e soma às suas enormes riquezas naturais o mais expressivo acervo histórico, cultural e turístico do país.

Em Minas Gerais estão instaladas plantas industriais de várias e importantes corporações transnacionais, que são tratadas pelo Governo e pela população como se fossem investimentos genuinamente mineiros. Neste ambiente de respeito e cordialidade, o investidor estrangeiro encontra diversos programas públicos de fomento e apoio aos setores produtivos e de financiamento à instalação, expansão e modernização de empreendimentos industriais e agro-industriais.

E com esse espírito que procuramos ampliar e aprofundar nossas relações econômicas, comerciais e culturais com a China. Temos hoje um comércio bilateral em franca expansão; já assinamos protocolos de cooperação técnica em vários setores e nos orgulhamos da relação fraterna que conseguimos construir com nossos parceiros chineses. Mas ainda vamos percorrer um longo caminho, antes de esgotar as possibilidades de benefícios mútuos nessas relações de troca. Do comércio à promoção social, passando pelo desenvolvimento industrial e pelo intercâmbio científico, temos muito mais em comum do que as diferenças culturais que caracterizam nossos povos. Portanto, não pouparemos esforços no sentido de realizar um trabalho em conjunto com empresas e instituições chinesas para construir parcerias sólidas e duradouras, fortalecendo e ampliando nossos laços de amizade e cooperação.

produção nacional de cimento e por mais da metade das exportações brasileiras de café (56%), minério de ferro (54%), laminados de aço (53%) de ferro gusa (56%). A sua pauta de exportações responde ainda por 21% das vendas de veículos nacionais, por 42% das exportações de pedras preciosas e joalheria, e por 27% das exportações de químicos inorgânicos.

São mineiras três das seis maiores empresas têxteis brasileiras, e quatro dos dez maiores fabricantes de equipamentos pesados. O Estado conta ainda com centenas de indústrias divididas em diversos setores como alimentos, calçados, eletroeletrônicos, fios e tecidos, mobiliário, magnésio, plásticos, silício, refratários, entre outros. Tal dinamismo e força fazem com que a economia mineira possa ser comparada à do Chile. O seu território, com área de 588.383,6 km² (correspondente a 7% do total nacional), é maior do que os da França, Espanha, Suécia ou Japão.

LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA – O Estado está estrategicamente localizado, no centro da região Sudeste – a mais desenvolvida do Brasil, concentrando 43% da po-

Ótimas perspectivas

O secretário do Desenvolvimento Econômico, Wilson Brumer, destaca que Minas sempre recebeu muito bem os investimentos externos, cumprindo todos os compromissos assumidos. “O trabalho que está sendo desenvolvido com a participação das entidades empresariais tem criado em Minas um ambiente propício ao crescimento dos negócios, beneficiando todos os segmentos sociais. Por isso, as perspectivas de investimentos em Minas são as melhores possíveis. Entre investimentos públicos e privados já estão anunciados mais de US\$ 10 bilhões, para os próximos anos”, salienta.

Brumer explica que Minas vê com bons olhos a aproximação do Brasil com a China e acredita que, a partir disso, será possível fazer com que os produtos mineiros cheguem em maior volume ao mercado chinês. “O comércio de Minas com a China está em expansão.

Em 2003, vendemos cerca de US\$ 881 milhões e compramos US\$ 69,6 milhões, o que representou, respectivamente, 11,85% e 2,87% dos negócios externos do Estado. Se mantivermos a pauta de exportação, poderemos oferecer, entre outros, minério de ferro, café, aço, papel e celulose, veículos, pedras preciosas e jóias, além de frutas. Minas está incorporando ao mercado uma das maiores áreas irrigadas contínuas das Américas, o Projeto Jaíba, onde o forte será a produção de frutas tropicais. Já estão prontos para a produção 26 mil hectares. Quando concluído, serão 80 mil hectares produzindo durante todo o ano”, afirma Brumer.



Brumer: “Fértil ambiente de negócios”



Laminação de chapas grossas da Usiminas: eficiência e qualidade

pulação do país e cerca de 60% do PIB nacional. Essa localização privilegiada dá a Minas Gerais vantagem competitiva singular pelo fácil acesso aos principais mercados, portos e aeroportos nacionais, sendo rota obrigatória dos grandes fluxos comerciais nos sentidos Norte-Sul e Leste-Oeste.

O Estado abriga a maior malha rodoviária e grande parte da malha ferroviária do País, é equipado com modernos aeroportos, possui modernos sistemas de telecomunicações e conta com uma mão-de-obra altamente qualificada e flexível.

O fator geográfico aliado à excelente infra-estrutura de transporte, energia e telecomunicações, à riqueza mineral e à qualificação do trabalhador mineiro, explica as razões que fizeram com que Minas Gerais, ao longo das últimas décadas se constituísse no destino preferido para novos investimentos no Brasil.

Essa preferência é explicada também, na avaliação do presidente do Sistema Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Sistema Fiemg), Robson Braga de Andrade, por outros componentes, como o apoio que o governo do Estado tem dado à iniciativa privada. Diz ele: “O Estado de Minas Gerais é um bom parceiro nos negócios. A parceria entre o empresariado e o governo estadual estabeleceu as condições propícias para o desenvolvimento. O governo atual está empenhado em discutir todos os temas e encontrar soluções rápidas para que as empresas invistam em Minas Gerais e esse é um fator fundamental. É um Estado que apoia o desenvolvimento e a instalação de novas empresas, oferecendo todo o apoio ao desenvolvimento de tecnologias e a infra-estrutura necessária”.

Força automotiva

A instalação de diversas indústrias montadoras de automóveis em Minas Gerais ajudou a transformar o perfil da economia e das regiões do Estado. A implantação da Fiat, a partir de 1973, em Betim, na Região Metropolitana de Belo Horizonte, ilustra bem essa transformação. Um grande número de empresas de autopeças se transferiu para o Estado, gerando renda, empregos e impostos.

Outro pólo automotivo importante no Estado está localizado em Juiz de Fora, na Zona da Mata, onde, em 1999, a Mercedes-Benz (DaimlerChrysler) inaugurou a sua fábrica. O município de Sete Lagoas, também próximo à capital, Belo Horizonte, abriga a Iveco, outra importante indústria pertencente à Fiat, onde são produzidos caminhões.

O Brasil é um caso de sucesso para a Fiat, o maior grupo empresarial italiano. O relacionamento entre o Grupo Fiat e Minas Gerais é antigo. A primeira empresa desse conglomerado a se instalar no estado foi uma fábrica de tratores, nos anos 60. Em 1976 foi inaugurada a fábrica da Fiat Automóveis na cidade de Betim. A ela se seguiram fábricas de fundição, autopeças e a fabricante de caminhões Iveco.

Hoje o Grupo Fiat continua a investir no Estado. Ele produz em Minas Gerais carros (entre eles o carro mundial Palio), vans, caminhões, micro-ônibus, máquinas de construção, motores, autopeças e peças fundidas em ferro. São oito fábricas



O Palio, carro mundial da Fiat, rodando na China: produção brasileira

que empregam cerca de 18 mil pessoas. O Estado também abriga o maior centro de processamento de dados da Fiat fora da Europa e os escritórios das empresas de serviço, além de abrigar a holding Fiat do Brasil. A partir de unidades fabris localizadas em Minas Geals, o Grupo Fiat tem exportado para a China um volume cada vez mais expressivo de produtos. Os embarques para o mercado chinês vão desde blocos de motor (60 mil/ano), exportados pela Teksid, até partes e componentes do Palio (cerca de 40 mil interiores do Palio por ano).

Rico subsolo

Minas Gerais está localizada numa região que abriga importantes jazidas de minério de ferro, zinco, diamante e rochas ornamentais, que transformaram o Estado no maior e mais tradicional Estado minerador do Brasil e que possibilitaram o surgimento de importantes empresas.

No setor de mineração, o maior destaque é a Companhia Vale do Rio Doce (CVRD). Ela tem sua origem em Minas Gerais e é a maior exportadora de minério de ferro e pelotas para a China. A partir de Minas Gerais, a CVRD se transformou na maior mineradora diversificada das Américas e na maior prestadora de serviços de logística do Brasil, além de participar do setor de geração de energia elétrica. Atualmente ela integra um dos mais importantes e produtivos grupos empresariais brasileiros, com atuação internacional e clientes em mais de 30 países, incluindo a China.

A CVRD está atenta às oportunidades de negócios geradas pela expansão da economia chinesa. E não é para menos. A China continua a ser a maior fonte de aumento de vendas de minério de ferro e pelotas da empresa. Ela estima que as exportações transoceânicas de minério de ferro somem 545 milhões de toneladas em 2004 contra 515 milhões de toneladas do ano passado. Mais de 80% desse aumento são atribuídos à expansão das compras externas da China.



Extração de minério em Minas Gerais: abastecendo mais de 30 países

JÓIAS DE VALOR – Tradicional produtor de pedras preciosas, Minas Gerais se prepara para dar um salto qualitativo nas exportações do setor, oferecendo ao mercado internacional jóias com design e pedras brasileiras. O Estado já vem comercializando o produto para mercados importantes como os dos Estados Unidos, Japão e da Europa, e pretende conquistar parte do mercado chinês, com a atratividade e as vantagens do produto mineiro.

O presidente do Sindicato da Indústria de Jóias de Minas Gerais, Raymundo Vianna, explica que a meta do setor é fazer com que os negócios com jóias mineiras no mercado internacional alcancem a cifra de US\$ 1 bilhão num curto espaço de tempo.





Colheita de soja em Minas Gerais: recorde de produtividade

Claras vocações econômicas

Minas Gerais tem sabido aproveitar o incremento comercial entre Brasil e China para conquistar um importante espaço nas exportações brasileiras para aquele país. Grande produtor de soja e outros grãos, Minas Gerais se beneficia do excelente desempenho do Brasil no mercado de commodities agrícolas. As exportações de soja, por exemplo, deverão registrar em 2004 um aumento de US\$ 3 bilhões, embarcadas principalmente para a China, que foi o maior importador de soja brasileira em 2003, com US\$ 1,3 bilhão.

Sergio Barroso, presidente da Cargill no Brasil – empresa norte-americana, que tem em Uberlândia, Minas Gerais, a sede do seu maior complexo industrial fora dos Estados Unidos –, explica que além de ser oferecida como alimento, a soja brasileira abastece a indústria chinesa de derivados, servindo para a produção de óleos comestíveis e de farelos para nutrição animal.

A área de sementes e cultivares do Brasil, que também é expressiva em Minas Gerais, apresenta grandes novidades. Hoje, diversas culturas contam com variedades adaptadas a cada condição climática e de solo do País. O resultado é um aumento contínuo da produtivi-

dade e da competitividade dos produtos brasileiros – e mineiros – no mercado mundial. “Isso é bom para o Brasil, para os profissionais e para as empresas que atuam no agronegócio brasileiro, incluindo a amplitude das relações comerciais do Brasil com os países asiáticos, principalmente a China”, diz Sergio Barroso.

LIDERANÇA – Minas Gerais mantém a liderança na agropecuária brasileira, atividade que ocupa quase 70% do território do Estado. O Estado responde pela metade da safra brasileira de café, com 12,4 milhões de sacas de 60 kg, colhidas em 2003, numa área plantada de 90 milhões de hectares. Ele se destaca também como o maior produtor de frutas, é o segundo maior produtor de feijão e o terceiro maior de milho.

Dono do segundo maior rebanho bovino do Brasil, Minas abriga um dos maiores centros de genética animal das Américas. O estado também lidera a produção de leite, com cerca de 6,2 bilhões de litros/ano, e seus derivados. Minas Gerais está ainda entre os principais produtores de carnes de boi e de frango, respondendo



Criação de gado: Minas Gerais detém o segundo maior rebanho brasileiro



Tecnologia: universidades e instituições de pesquisa apoiam atividades da iniciativa privada.

por boa parte da produção nacional de ovos.

O Estado se destaca também como um dos maiores parques de tecnologia da América Latina, alimentado por pesquisas aplicadas desenvolvidas pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). São dezenas de empresas de pequeno e médio porte de onde estão saindo soluções inovadoras nas áreas de farmácia, diagnóstico, veterinária, biomatéria, entre outras.

A dianteira alcançada pelo Estado nessa área pode ser explicada pela concentração de universidades e centros de pesquisa, pela mão-de-obra altamente qualificada e pelo espírito empreendedor dos pesquisadores. O resultado da somatória dessas forças que atuam em biotecnologia se traduz nos milhares de trabalhos publicados pela universidade e nas dezenas de pedidos de



Ferrovia construída pela Mendes Junior no Iraque: portfólio de obras internacionais

patentes de invenções no Brasil e no exterior.

Além da soja, milho, café e frutas, Minas Gerais também está apta a oferecer à China e a outros mercados do mundo, desde produtos relacionados à genética animal (sêmen, embriões) até produtos desenvolvidos para a área farmacêutica. Outro produto mineiro que vem ganhando mercado, principalmente na Ásia é a própolis de abelha. O produto tem sido bem aceito, principalmente no Japão, pelas suas características especiais, resultado da rica biodiversidade que caracteriza a flora encontrada no Estado.

SERVIÇOS/CONSTRUÇÃO – Minas Gerais é um estado que tem uma inteligência de engenharia que é referência tanto no Brasil quanto no exterior. Importantes empresas mineiras de construção pesada e de projetos atuam no mercado mundial, há várias décadas.

Exemplo de uma empresa mineira com sólida competência e tradição comprovada no exterior está no Grupo Mendes Junior, controlador da Construtora Mendes Junior, a primeira empresa brasileira a cruzar as fronteiras do País. Já esteve no Iraque, Mauritânia, Chile, República Dominicana, Honduras, Paraguai, Uruguai, Colômbia e China, onde participou da construção do projeto hidrelétrico de Tianshengqiao-1 (TSQ-1), a segunda maior barragem de enrocamento com face de concreto (BEFC) do mundo e a maior da Ásia, com capacidade de geração de 1.200.000 KW, localizado no rio Nanpan, entre as divisas das províncias de Guangxi e Guizhou, no sudoeste da China.

Outra empresa mineira do setor que faz sucesso no exterior é a Andrade Gutierrez. A construtora integra um dos maiores grupos privados da América Latina e atua em construção pesada, concessões públicas, telecomunicações e investimentos imobiliários e já executou obras em diversos países do mundo.

O caminho da Estrada Real

O turismo em Minas Gerais oferece inúmeras possibilidades de exploração nas suas vertentes histórica, cultural, gastronômica, de negócios, ecológico, ou mesmo de aventura. O Estado reúne dois dos atrativos turísticos mais tradicionais do país – os conjuntos arquitetônicos do período barroco (séculos XVII e XVIII), nas cidades de Ouro Preto e Diamantina, ambas declaradas Patrimônio Universal da Humanidade pela Unesco.

Todo esse rico patrimônio é valorizado pela natureza exuberante de seu território, formado por grandes lagos e parques ecológicos, grutas e montanhas e cachoeiras. O secretário de Turismo,

Herculano Anglinetti, lembra que além destes circuitos também vem sendo desenvolvido em Minas Gerais o Programa Estrada Real – o maior projeto do setor do Brasil, que envolve 177 municípios.

Criada no século XVII para levar para a Europa a riqueza extraída de Minas Gerais, a Estrada Real era a única via de acesso à região das principais reservas de metais preciosos, como o ouro e o diamante, autorizada pela Coroa portuguesa. “Pelos caminhos da Estrada Real conta-se e vive-se a história da Minas Gerais colonial, da riqueza dos ciclos do ouro e do diamante, da saga dos bandeirantes, dos escravos e também dos Inconfidentes. As suas potencialidades, portanto, são imensas, comparáveis às do Caminho de Santiago”, diz o presidente do Sistema Fiemg, Robson Andrade.

“Mas apostamos que a Estrada Real é um roteiro ainda mais bonito que o Caminho de Santiago de Compostela, na Espanha, e que apresenta mais oportunidades para o turista. Além dos atrativos religiosos, gastronômicos e históricos, a Estrada Real oferece também turismo alternativo ligados a esportes radicais e ao ecoturismo”, conclui Andrade.



Vista da Estrada Real: belezas naturais e registros históricos

Confiabilidade, a marca de Minas

Robson Braga de Andrade

Presidente do Sistema Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Sistema Fiemg)

A confiabilidade e a abertura para o mundo são traços marcantes da cultura empresarial e das políticas governamentais, em Minas Gerais.

Nossa experiência de comércio exterior vem do século XVIII, exportando ouro e pedras preciosas para a Europa. E, a partir dos anos 60, quando iniciou seu grande salto industrial, Minas associou os valores da tradição às conquistas da modernidade.

Hoje, o parque industrial de Minas é o segundo maior do Brasil e produz automóveis, caminhões e helicópteros, tratores, autopeças, biomédicos e produtos farmacêuticos, minério de ferro, aço, ferroligas, zinco e cimento, eletroeletrônicos, calçados, vestuário, bebidas e alimentos processados (vegetais, laticínios, grãos, carne e café).

Em Minas, como na China, o crescimento foi planejado. O Governo do Estado participa ativamente da atração de investimentos privados, e o Sistema FIEMG, que reúne e mobiliza empresas e entidades do setor industrial, apóia o crescimento e a modernização do setor e a presença das indústrias nos mercados mundiais.

Outro fator de confiabilidade é o excelente relacionamento entre o capital e o trabalho, responsável por um clima de paz social e de elevada produtividade.

Devido à sua localização próxima dos maiores mercados e contando com a melhor logística do País, os produtos de Minas chegam facilmente às áreas de maior consumo. Além disso, Estações Aduaneiras facilitam o comércio externo, enquanto o Aeroporto Internacional de Confins garante o transporte de cargas leves para o Brasil e o exterior.

Temos, portanto, condições ideais para receber novas plantas industriais, ampliar a produção econômica, conquistar o mercado interno e aumentar as exportações e importações. Para um parceiro como a China, que já aprendeu a confiar em Minas, esta é a melhor oportunidade de abrir um caminho seguro para o Brasil e a América do Sul.



Andrade: "Economia mineira está preparada para receber investimentos"

Tecnologia e grandes negócios

Empresas brasileiras de construção participam do processo de investimentos em grandes obras chinesas de infra-estrutura

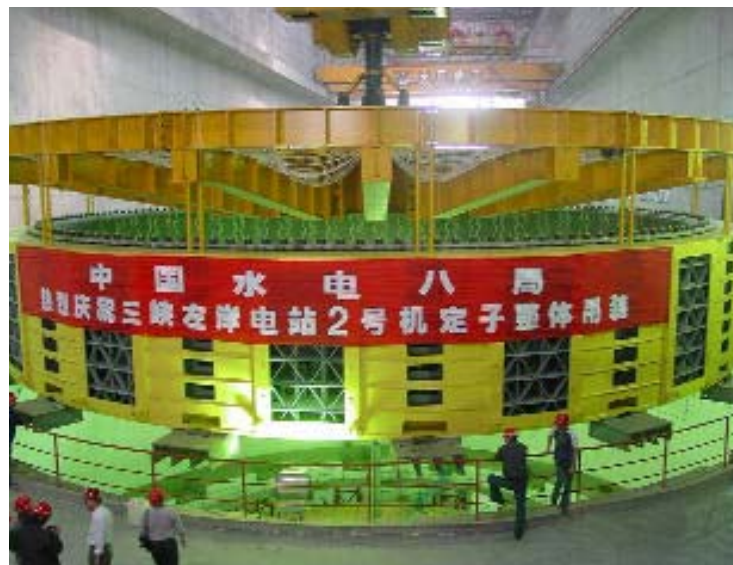
MARLENE JAGGI

Qualidade, prazo, custo, tecnologia, competência, reconhecimento internacional. Com essas credenciais, mais uma boa dose de flexibilidade para entender e respeitar as diferenças culturais, empresas brasileiras estão se instalando no competitivo e dinâmico mercado chinês de engenharia e construção, que vive um momento de frenética atividade, decorrente do exuberante processo de expansão econômica.

Um dos segmentos que apresenta maiores oportunidades de negócios é o de construção pesada, particularmente na área de barragens e hidrelétricas. Afinal, o Brasil acumula enorme experiência neste campo, e a China está investindo pesadamente na construção de usinas, a exemplo da hidrelétrica de Três Gargantas, que será a maior do mundo, consumindo investimento da ordem de US\$ 27 bilhões.



A usina hidrelétrica de Itaipu: marco na história da engenharia mundial



Turbina da Voith utilizada na usina de Três Gargantas: tecnologia brasileira

Neste fervilhante ambiente destaca-se a ação de empresas como a Mendes Junior Engenharia – uma das maiores construtoras brasileiras –, a Voith Siemens Hydro do Brasil, uma das principais fornecedoras de componentes hidrelétricos do mundo, até companhias de pequeno porte, como a Marko Construções, que exporta coberturas para instalações industriais.

Com sólida experiência no mercado internacional, a Mendes Junior iniciou suas operações na China em 1992, participando dos trabalhos de construção da barragem de Tianshengqiao I (TSQ-I), no rio Nanpan (sudeste da China) – um projeto de US\$ 300 milhões. “Fomos a primeira empresa brasileira a assinar um contrato na área de construção no mercado chinês”, diz Victorio Duque Semionato, diretor-executivo de tecnologia da Mendes Junior.

A construtora associou-se à empresa chinesa Jiangnan Water Resources and Hydropower Construction Corporation, constituindo a joint-venture South Hydropower Construction Association Ltd. (SHCA), que venceu a licitação para a obra, superando doze outros concorrentes.

O papel da Mendes Junior nesse empreendimento



A ponte Rio-Niterói: uma das várias realizações da engenharia brasileira que também está presente na China

consistiu em fornecer tecnologia de ponta, estabelecer os padrões de gerenciamento e de metodologias de trabalho que pudessem assegurar qualidade compatível com as exigências contratuais e com os padrões internacionais.

A obra ficou pronta em 2001, mas a empresa brasileira continuou acompanhando a performance da hidrelétrica até maio de 2003. A construtora decidiu manter um escritório de representação na China para prospectar novos negócios, prioritariamente nas áreas de energia e infra-estrutura em geral. A empresa avalia, por exemplo, três projetos em que pode se inserir agregando expertise à empresa local. Um deles é o Baise – uma hidrelétrica de 1.600 MW, cuja licitação está em fase de pré-qualificação.

Com a operação em mercado chinês, a Mendes Junior amplia seu portfólio de obras internacionais, que incluem empreendimentos como as hidrelétricas de Palmar, no Uruguai e de Playas, na Colômbia; a construção de aeroportos na Mauritânia; de estradas na República Dominicana e outras obras viárias no Iraque, além do gasoduto Brasil-Bolívia e de dezenas de projetos de construção brasileiros.

Referência Internacional - Tornar-se fornecedora de parte dos geradores e turbinas para Três Gargantas não foi surpresa para a Voith Siemens do Brasil. A empresa brasileira, afinal, é centro de competência mundial em tecnologia de componentes hidráulicos e rotores de tur-

Engenharia brasileira em Shuibuya, a face de concreto mais alta do mundo

Confiantes na vocação da engenharia brasileira para projetar e construir grandes obras, a Companhia Paranaense de Energia – COPEL, que fornece energia elétrica ao Estado do Paraná e a ENGEVIX Engenharia S.A., empresa líder no segmento de consultoria para obras de grande porte, criaram a Braspower, visando à exportação de serviços de engenharia na área de projetos hidroelétricos. A Braspower focou seus esforços - particularmente na área de hidrelétricas - em alguns Países da Ásia e Sudeste Asiático. “Estamos finalizando um serviço no Nepal e já executamos também serviços no Vietnã, e na China”, afirma o Diretor Presidente da Braspower, Carlos Jorge Zimmermann.

“Em particular, na China - diz ele - estamos iniciando um novo contrato, de duração de três anos, cujo escopo é de consultoria durante a construção de uma importante barragem na Província de Hubel, no projeto denominado Shuibuya, pertencente à Hubel Qingjiang Development Company - HODC”.

Segundo Zimmermann esse “é um serviço significativo em termos qualitativos já que se trata da barragem de enrocamento com face de concreto mais alta do mundo com nada menos do que 230 metros de altura”.

“Nós estamos envolvidos desde o início do projeto, e auxiliamos também nas fases preliminares: de revisão,

de viabilidade e planejamento de construção”, acrescenta. Neste tipo de barragem o Brasil foi um dos pioneiros no mundo há 25 anos e possui vasta experiência (experiência agora acumulada também pela própria China).

Na opinião de Zimmermann “a barragem de Shuibuya - em construção - será por muitos anos um marco da engenharia neste tipo de empreendimento, tal como foi há 25 anos a barragem de Foz do Areia, no Rio Iguaçu, no Brasil, e que serviu de modelo para muitas outras”. A Braspower examina a possibilidade de se associar a empresas e encontra-se neste momento em fase de negociação com uma grande corporação chinesa, nesse sentido.



Shuibuya, a barragem de enrocamento mais alta do mundo: consultoria da brasileira Braspower

bina para todo o conglomerado Voith AG.

A Voith Siemens do Brasil é o braço brasileiro da Voith Siemens Hydro Power Generation – a divisão do conglomerado Voith criada em 1994 para atuar em hidrogeração. Foi essa divisão que, em parceria com a canadense GE Hydro, venceu a licitação para o fornecimento de equipamentos no valor de 320 milhões de euros, disputada por outros seis consórcios.

Um dos pontos que pesou na escolha foi a experiência da Voith Siemens na produção das turbinas mais poderosas do mundo (instaladas na hidrelétrica de Itaipu). O fornecimento da Voith Siemens foi atendido em parte pela matriz alemã da empresa e em parte pelas subsidiárias brasileira e chinesa. “Nosso compromisso, de fornecer seis máquinas, já foi concluído. Três delas estão em operação, gerando energia, e as outras três – agora em fase de montagem e supervisão – estarão instaladas até maio do próximo ano”, informa Júlio Azevedo, gerente de contratos internacionais da Voith Siemens Hydro do Brasil.

A usina de Três Gargantas, que vai fornecer energia para mais de 100 milhões de pessoas e indústrias, não é a única investida da Voith Siemens Brasil na China. A empresa opera outros sete projetos, cujos pedidos somam US\$ 15 milhões. “Além disso, estamos em fase final de negociação para o fornecimento de partes para geradores e turbinas, em um total de US\$ 11 milhões”, adianta Azevedo.

Inovação – Mesmo numa área que atrai predominantemente grandes empresas, há espaço para a participação de pequenos e médios empreendedores. É o caso da Marko Construções, empresa carioca de 120 funcionários e faturamento anual ao redor de US\$ 60 milhões, que fechou seu primeiro negócio com a China logo depois de participar de uma feira brasileira realizada no país, em 2002. Foi difícil?

Nem tanto, conta Carlos Alberto Borges, diretor-presidente da empresa que atua no mercado de construção e montagem de estruturas metálicas. “Nosso sistema de cobertura, inovador, foi apresentado na Brazil-China Trade Fair 2002, realizada em Xangai, e despertou grande interesse, resultando em negócios iniciais de US\$ 1 milhão”, diz Borges. A Marko exporta deste 1986, embarcando para Europa, América Latina, África e, agora, para a Ásia.



Linha de produção da Marko: sistema tecnológico inovador

Negócios ativam operações financeiras

Dinamização do comércio entre Brasil e China abre caminho para o incremento de ações no campo financeiro

LEA DE LUCA

Na esteira do fortalecimento das relações comerciais entre Brasil e China, as operações na área financeira também estão ganhando corpo. Para dar respaldo ao florescente comércio entre os dois países, as principais instituições brasileiras tratam de marcar posição no território chinês.

A Bolsa de Mercadorias & Futuros (BM&F) e o Banco Santos inauguram, em maio deste ano, escritórios de representação em Xangai, o mais importante centro financeiro chinês, enquanto o Banco do Brasil, maior instituição financeira do País, que já opera um escritório em Hong Kong, aguarda autorização para abrir outra representação em Xangai. Outra empresa que está dando os primeiros passos para operar no mercado chinês é a Centralização de Serviços dos Bancos SA – Serasa.

As instituições brasileiras desembarcam em território chinês num momento oportuno para ambas as partes. Isso porque a China está investindo na modernização de seu sistema financeiro. E o Brasil detém um dos mais eficientes e tecnologicamente sistemas financeiros do mundo.

“A médio e longo prazo a China será o maior parceiro do Brasil, e as instituições que enxergarem isso agora e saírem na frente, sairão ganhando”, fala Erivelto Rodrigues, sócio da Austin Asis, consultoria brasileira especializada em bancos.

A experiência e a musculatura do sistema brasileiro, de fato, podem prestar bons serviços para o incremento das relações comerciais entre Brasil e China. Há 168 instituições operando no Brasil (das quais 71 estrangeiras) com 16.866 agências, 14.933 correspondentes bancários e mais 6.822 postos de atendimento avançado, além de milhares de caixas eletrônicos. Não existe um único município brasileiro que não conte com atendimento financeiro.

A necessidade de ganhar escala com crédito massificado foi um dos fatores que levaram a Serasa, ligada à Federação Brasileira das Associações de Bancos (Febraban), a desenvolver um dos sistemas de gerencia-



Pregão da Bolsa de Mercados & Futuro (BM&F), em São Paulo: abrindo frente de negócios no mercado chinês

mento de risco mais avançados do mundo, incluindo know how para certificação digital. A empresa atende a mais de 2,5 milhões de consultas on line por dia, dos seus mais de 300 mil clientes, e opera nos cinco continentes.

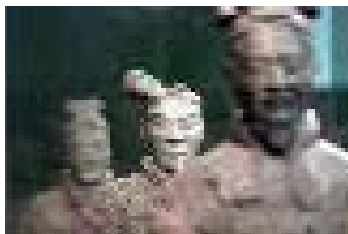
Segundo informa Josiane Pereira, líder da área de negócios internacionais da Serasa, a empresa tem hoje mais de 30 parcerias no mundo, e o nível dos serviços prestados é atestado pelos diversos prêmios internacionais que a empresa conquistou.

Na mesma direção caminha o Banco Santos, que fechou o exercício passado com ativos de R\$ 6 bilhões, R\$ 2,9 bilhões em operações de crédito e um lucro líquido de R\$ 112 milhões. Seu foco de atuação sempre foi o atacado – grandes empresas e pessoas físicas de alta renda –, mas desde o ano passado vem focando também o mercado de varejo. Na China, terá ambas as oportunidades.

“Inicialmente, vamos atuar no mercado de financia-



Fachada do Banco Santos:
patrocínio da exposição
"Guerreiros de Xian" (ao lado),
na capital paulista



mento de importações e exportações de ambos os países. Se tudo der certo, também poderemos operar com pessoas físicas", diz o presidente da instituição, Edegar Cid Pereira, um apaixonado pela cultura chinesa. Além de visitar várias vezes o país asiático, Pereira trouxe ao Brasil, por intermédio da BrasilConnects, da qual o banco é sócio, a exposição "Os Guerreiros de Xian e os Tesouros da Cidade Proibida", visitada por mais de 800 mil brasileiros.

O escritório do banco vai operar no mesmo local escolhido pela BM&F para se instalar na China: o prédio do Bank of China em Xangai. A BM&F opera hoje a principal clearing da América Latina. Pelos seus pregões, foram negociados 97,9 milhões de contratos, e movimentado um volume financeiro de US\$ 3,5 tri-

lhões em 2002.

A abertura do escritório da BM&F é o primeiro passo para concretizar um acordo fechado com a Bolsa de Xangai para a troca de know how, principalmente na área de administração de risco. A Bolsa de Futuros de Xangai registrou em 2002 um crescimento de 117% no volume de negócios, registrando forte crescimento na negociação de commodities como cobre, alumínio e borracha natural.

“A China precisará cada vez mais de opções sofisticadas de proteção e de negociação com seus parceiros comerciais. Uma bolsa sinalizando os preços dos produtos brasileiros – como a soja, que a China importa dois milhões de toneladas – dá segurança ao comprador, ao importador e aumenta a credibilidade das negociações”, fala o secretário do Conselho de Administração da BM&F, Noenio Spinola.

O novo escritório será também uma base para os corretores associados na busca por ampliação de clientela. Já foi assinado um acordo com os governos de São Paulo e Mato Grosso do Sul para que o escritório de Xangai facilite a exportação de produtos. “O principal papel da BM&F é abrir as portas para que instituições de menor porte tenham acesso ao mercado. A Bolsa tem escala, o que torna viável o custo desse investimento”, diz Spinola.

O responsável pelas atividades e pela administração do escritório em Xangai é Guey Chien, brasileiro naturalizado, de 41 anos, nascido em Taiwan, formado em engenharia eletrônica pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo e pós-graduado em direito empresarial pela Unip. Tradutor juramentado da língua mandarim, viveu muitos anos na China e no Brasil, tendo pleno domínio das línguas portuguesa, inglesa e chinesa. Os conhecimentos de Chien serão bastante úteis, também, no desenvolvimento e manutenção do site da BM&F em mandarim, que entra no ar neste mês.



Hong Kong: base de operações financeiras para o mercado chinês

Em alta velocidade

Exportações de veículos brasileiros para a China saltaram de US\$ 24,6 milhões para US\$ 400 milhões nos últimos quatro anos

JULIANA DOMINGUES

Mais de 100 países, de todos os continentes, compram hoje os carros produzidos no Brasil. Só no ano passado foram exportados 535,4 mil veículos, 30% a mais do que em 2002. O setor teve resultado recorde de US\$ 5,5 bilhões e prevê, neste ano, superar US\$ 6,6 bilhões em vendas externas. Nesse contexto de expansão, a China – o mercado de consumo de maior crescimento do planeta – desponta como um grande parceiro do Brasil.

É o que se pode depreender de uma rápida análise da vigorosa evolução dos embarques de veículos, máquinas agrícolas, rodoviárias e autopeças para o mercado chinês. As vendas, que somavam apenas US\$ 24,6 milhões em 2000, pularam para US\$ 178,4 milhões em 2001 e chegaram a US\$ 186,8 milhões no ano seguinte. Em 2003, mais do que dobraram, atingindo US\$ 400 milhões. Em consequência, a participação da China nas exportações automotivas brasileiras já atinge 4,2%, contra apenas 0,3% em 2000.

E os negócios tendem a crescer ainda mais, a partir do acordo bilateral na área automotiva, que deve ser assinado em maio, quando uma missão da Anfavea – a associação das montadoras instaladas no Brasil – participa de visita oficial à China para discutir uma parceria entre os dois países.

Na direção inversa também se verifica crescimento. A China, que exporta basicamente autopeças para reposição, embarcou o equivalente a US\$ 42,79 milhões de peças no ano passado, 47% a mais do que em 2002 (US\$ 29,1 milhões). A assinatura do acordo bilateral promete impulsionar não apenas os embarques de autopeças, como também viabilizar as exportações de veículos, tratores e máquinas agrícolas para o Brasil.

Veículos CKD – Para operar no mercado chinês, as montadoras brasileiras estabelecem joint-ventures, encomendando a produção de auto-peças a indústrias locais, num sistema conhecido como CKD (Completely Knocked Down). Entre as montadoras instaladas no Brasil, a General Motors do Brasil (GMB) e a Volkswagen são as que têm maior presença na China.

A GMB firmou joint-ventures com o governo chinês



Linha de produção da General Motors do Brasil: embarques crescentes para a China

no final da década de 90, iniciando as exportações, pelo sistema CKD, em 2001. Os veículos são montados em fábricas locais, que têm 50% de participação da GMB e 50% do governo chinês.

O contrato envolve mais de US\$ 1 bilhão no período de dez anos. Atualmente, são montados na China o Corsa sedã – comercializado localmente com a marca Sail – e o Corsa wagon. Estão sendo enviados cerca de 60 mil a 80 mil kits/ano, em valor anual médio de US\$ 100 milhões.

O vice-presidente da GMB, José Carlos Pinheiro Neto, diz que as exportações para a China são uma prova da credibilidade da qual desfruta a indústria automobilística brasileira no cenário mundial. O negócio, segundo ele, foi fruto de dois anos de longas reuniões e inúmeros contatos.

“Não se trata apenas de uma simples operação comercial. Envolve engenharia e manufatura brasileiras e está gerando o fornecimento de peças por mais dez anos, para atender o mercado de reposição”, destaca Pinheiro Neto.

A General Motors opera cinco fábricas na China, sendo três de automóveis, uma de transmissão e uma de motores. “O mercado chinês é de grande potencial para o Grupo GM como um todo e também para nós do

Brasil. É um mercado estratégico para a corporação, porque concentra grande massa de consumidores e tem tudo para crescer”, conclui o vice-presidente da GMB.

Gol e Polo – No caso da Volkswagen do Brasil, o acordo foi firmado com a República Popular da China em dezembro de 2002, envolvendo valor superior a US\$ 500 milhões em prazo de cinco anos. A Shanghai Volkswagen, joint-venture firmada no início da década de 80 entre o Grupo VW e o governo chinês (representado pelo Shanghai Automotive Industry Corporation), possui 17 mil empregados e duas fábricas, nas cidades de Shanghai e Changchun, que produzem os modelos Passat, Polo, Santana, Bora, Jetta e Audi A6, além de motores, calhas de câmbio e componentes de motor. A empresa envia kits do Gol e do Polo sedã, que são montados na fábrica do Grupo Volkswagen em Xangai.

No ano passado, foram exportados para a China mais de 30 mil kits do Gol e para este ano a previsão é de exportar mais 40 mil kits do Gol e 65 mil do Polo sedã. “Começamos a exportar o Polo no último trimestre do ano passado e, agora, ele passar a ser nosso principal produto lá”, comenta Berthold Krueger, vice-presidente da Vendas e Marketing da Volkswagen do Brasil. “Temos projeto de exportar unidades CKD do Fox (novo compacto da marca, lançado no Brasil há seis meses), a partir de 2006”. Na China, a Volkswagen produz motores, eixos e câmbio.

A Marcopolo, maior fabricante de carroceria de ônibus do Brasil, tem um contrato de transferência de tecnologia, no valor de US\$ 12 milhões, com a CBC – segunda maior empresa de ônibus da China –, que mantém joint-venture local com a Iveco.

Dentro desse contrato, a Marcopolo exporta para a China componentes para ônibus urbanos. O grupo planeja firmar joint-venture com uma empresa chinesa, ainda neste ano, para ter produção local.

Os caminhões brasileiros também estão desembarcando no mercado chinês, exportados pela Volvo do Brasil, que embarcou 125 caminhões pesados no ano passado.

Autopeças – Também os fabricantes de autopeças que atuam no Brasil têm interesse no mercado chinês. O Grupo Randon – um conglomerado de sete empresas do setor autopeças, de equipamentos para o transporte e de veículos especiais e serviços, cuja receita é em grande parte gerada por exportações, também realiza um movimento estratégico em direção ao mercado chinês.

Uma das empresas do Grupo, a Fras-le S/A, maior fabricante brasileira de material de fricção, já fornece

blocos de freio para clientes de Pequim e Xangai, e está em negociações avançadas para o fornecimento de pastilhas de freio para uma importante montadora de automóveis estabelecida na China.

Segundo Erino Tonon, principal executivo da Randon, “não está descartada a possibilidade de estabelecer algum tipo de parceria com empresas chinesas, embora este não seja um objetivo prioritário no momento”. Uma possibilidade que se baseia na experiência do grupo em associações com empresas estrangeiras.

A Dana, uma das maiores multinacionais do mundo na área, está se articulando para iniciar vínculos entre a subsidiária brasileira e a chinesa.

“Os chineses estão caminhando para um mercado



Os modelos Parati (à esquerda) e Gol, da Volkswagen: rodando em vias chinesas

interno próximo a 3,5 milhões de veículos e, por maiores que sejam os investimentos locais, haverá espaço para fornecedores de fora”, comenta Paulo Nunes, vice-presidente e gerente geral de Integração de Sistemas da Dana no Mercosul, que tem sede no Brasil. “Nós estamos com capacidade ociosa e já iniciamos contatos para exportar peças, serviços e projetos para a China. O grupo mantém lá uma fábrica de componentes para caminhões”, informa Nunes.

O executivo da Dana explica que as peças chinesas que são exportadas para o Brasil atendem basicamente o mercado de reposição, porque a China ainda não tem preço competitivo para exportar diretamente para montadoras de fora. Mas há grande possibilidade de os chineses ampliarem competitividade e expandirem seus negócios com o resto do mundo.

“Nossa grande preocupação hoje é que o mercado chinês, diante do potencial demonstrado, venha a se tornar prioridade dos investidores internacionais em detrimento de outras regiões, como a do Mercosul”, avalia Nunes.



Colheita de soja: embarques brasileiros para a China quebram sucessivos recordes

ALIMENTOS

Um provedor confiável

Brasil atende, com segurança e eficiência, a crescente demanda chinesa por proteínas vegetais e animais, fibras e produtos energéticos

ALEX BRANCO (*)

Um dos maiores produtores de grãos, carnes, frutas e fibras do planeta, o Brasil está assumindo o papel de importante e estratégico fornecedor de alimentos para a China. Esta parceria é escorada na apurada competitividade do segmento agroindustrial brasileiro, que responde com presteza e competência à necessidade de suprir a maior população do planeta.

Um dos melhores exemplos neste sentido é o desempenho das exportações brasileiras de soja para a China. Maior exportador mundial do complexo soja, com embarques que somaram quase 36 milhões de toneladas em 2003, gerando uma receita de mais de US\$ 8 bilhões, o Brasil transformou-se, em poucos anos, num dos principais fornecedores da China.

“O mercado chinês já responde por 31% dos grãos e por 22% do óleo de soja exportado pelo Brasil”, cal-

cula Carlo Lovatelli, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Óleos Vegetais – Abiove. Lovatelli, que esteve na China em março passado na missão oficial brasileiro àquele país, voltou impressionado com as oportunidades abertas na área da agroindústria, em geral, e da soja, em particular.

A evolução das exportações de soja para a China dá uma clara idéia do potencial de negócios no segmento de produção de alimentos. Em 1999, por exemplo, a China importou do Brasil cerca de 620 mil toneladas de soja em grãos, o equivalente à época a 7% das exportações brasileiras. No ano seguinte, esse número triplicou, para 1,8 milhão de toneladas: atingiu 3,2 milhões de toneladas em 2001, saltou para 4,14 milhões de toneladas em 2002, até alcançar os 6,1 milhões de toneladas do ano passado.

“O volume das exportações brasileiras para a China tende a crescer nos próximos anos”, analisa César Borges de Souza, vice-presidente do Grupo Caramuru, maior processador de grãos de capital brasileiro, e um dos grandes exportadores do País.

A crescente demanda de consumo da China, segundo ele, é positiva por também abrir espaço para o aumento dos embarques de produtos industrializados, como óleo e farelo, de maior valor agregado. “O momento é propício para uma revisão da política tributária brasileira, de forma a beneficiar as exportações de produtos acabados”, sugere Borges de Souza.

Outro segmento em que o Brasil se destaca como fornecedor estratégico é no de proteínas animais. Líder nas exportações mundiais de carnes, com embarques de US\$ 4,093 bilhões no ano passado, o Brasil ganha crescentes fatias de mercado, graças à reconhecida sanidade de suas criações. Um diferencial determinante, no momento em que rebanhos de diversas regiões do pla-



Borges, da Caramuru Alimentos (ao lado): “Oportunidade para ampliar exportações de derivados, como óleo de soja”



neta são afetados por problemas como surtos de encefalopatia espongiforme bovina – a chamada doença “da vaca louca” –, ocorrências de gripe aviária e casos de salmonelose, dentre outros.

As possibilidades no segmento, de fato, são enormes. “Os embarques de carnes para o país asiático, que atualmente atingem US\$ 11,5 milhões/ano, podem subir, no médio prazo, para US\$ 500 milhões/ano”, calcula o presidente da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-China, Charles Tang.

Na avaliação de Júlio Cardoso, presidente da Abef (Associação Brasileira dos Exportadores de Frangos) e da Seara Alimentos, uma das principais exportadoras de aves, somente as indústrias de aves poderiam exportar para a China, de imediato, 100 mil toneladas, o que geraria negócios ao redor de US\$ 100 milhões.

E as empresas não estão perdendo tempo. A Perdigão, segunda maior produtora e exportadora de aves, começou a embarcar diretamente para o mercado chinês no final do ano passado. “Começamos exportando quinze contêineres mensais para a China, mas vamos crescer nossos embarques substancialmente”, diz Antônio Augusto De Toni, diretor de exportação da companhia.

Para conhecer melhor o mercado chinês, a Sadia, líder brasileira na produção e exportação de frango, opera, desde 1994, uma churrascaria em Pequim em associação com a empresa chinesa Sky Dragon.

Dono do maior rebanho comercial de gado de corte do mundo, com 180 milhões de cabeças, o Brasil está traduzindo a escala e a sanidade de sua produção em bons negócios. Os embarques de carnes congelada e desossada para o mercado chinês no ano passado somaram US\$ 2 milhões, 143% acima dos US\$ 845 mil obtidos no ano anterior.

Os negócios em torno de três dos produtos agrícolas mais comercializados em todo o mundo – café, suco de laranja e açúcar – também reservam excelentes perspectivas para ambos os lados. Maior produtor mundial dos três itens, o Brasil pode contribuir para diversificar o cardápio dos chineses de forma competitiva.

“A expansão da economia chinesa e o decorrente aumento de renda de sua população abrem enormes possibilidades para os produtos agrícolas brasileiros”, diz o presidente da Associação Brasileira dos Exportadores de Citros (Abecitrus), Ademerval Garcia, lembrando que os embarques de suco de laranja para a China devem somar 50 mil toneladas neste ano – um salto de 38% sobre as 36 mil toneladas embarcadas em 2002.

Os embarques de café caminham na mesma direção. Os volumes ainda são relativamente pequenos, mas a velocidade da evolução dos negócios dá uma noção do potencial do mercado chinês. No ano passado, as ex-



A reconhecida sanidade da avicultura brasileira é um diferencial determinante para o aumento das exportações à China

portações de café verde somaram de 16 mil sacas – 60% acima do total comercializado em 1999 – e as de café solúvel totalizaram 6,8 mil sacas, mais de seis vezes o volume embarcado no final da década de 90.

Finalmente, as exportações de açúcar também devem ser beneficiadas pela dinamização da economia chinesa. Afinal, a média anual de consumo per capita na China é relativamente baixa, situando-se entre 6 e 7 quilos de açúcar/per capita/ano. “Há enorme espaço de crescimento, considerando-se o consumo per capita de países emergentes como o Brasil, em torno 54 quilos, e da Índia, ao redor de 30 quilos”, diz Eduardo Carvalho, presidente da União da Agroindústria Canavieira de São Paulo.

O mercado chinês de alimentos, como se vê, reserva possibilidades promissoras para a competitiva agroindústria brasileira, seja pelo gradual aumento de renda da população, seja pela mudança de hábitos alimentares. A concretização de tais oportunidades está sendo facilitada pela ação governamental conjunta – particularmente com a assinatura do acordo fitossanitário entre Brasil e China –, e pelas iniciativas empreendidas pelas empresas e produtores de alimentos.

(*) Colaboraram Denis Cardoso e Patricia Carvalho



Fibra de valor

A competitiva celulose de fibra curta, processada a partir do eucalipto, ganha crescente participação no mercado chinês

PATRICIA CARVALHO

As exportações brasileiras de celulose para a China crescem de forma vertiginosa. Basta ver que nos últimos três anos os embarques saltaram cerca de 800% – das 113,6 mil toneladas registradas em 2000 para 818 mil toneladas no ano passado.

Este salto é explicado por dois fatores: em primeiro lugar, pelo firme aumento da demanda chinesa por celulose, da ordem de 8% a 10% ao ano – o mercado chinês movimentou cerca de 6 milhões de toneladas anuais. Some-se a isso a imbatível competitividade da celulose produzida a partir do eucalipto.

De fato, o eucalipto brasileiro pode ser colhido com sete anos de idade, enquanto o pinus, tradicional fonte de matéria-prima dos países de clima temperado, leva 30 anos ou mais para atingir o ponto de corte. Essa precocidade se traduz num menor custo de produção da celulose, em torno de US\$ 129,00 a tonelada, em comparação aos US\$ 199,00 desembolsados pelos produtores da Indonésia ou os US\$ 303,00 despendidos pelos norte-americanos.

Os embarques brasileiros para a China no ano passado somaram US\$ 265 milhões, conforme dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, e as perspectivas de crescimento são enormes, na avaliação de empresas exportadoras. Três das maiores processadoras brasileiras de celulose já operam no mercado chinês: Aracruz, Cenibra e Votorantim Celulose e Papel – VCP.

A Aracruz destina 40% de sua produção à Ásia, boa parte da qual no mercado chinês. Já a Cenibra embarca cerca de 150 mil toneladas anuais para a China. E a VCP, empolgada com o crescimento de suas exportações, decidiu estabelecer duas frentes de ação em território chinês: uma na região sul, focada nas empresas mais técnicas e capacitadas para oferecer



Almeida, da VCP: abrindo duas frentes no mercado chinês



Florestamento de eucalipto: celulose três vezes mais barata do que a obtida do pinus

produtos diferenciados, e outra base no norte do país, cujas empresas apresentam perfil mais comercial.

“O mercado chinês cresce a passos largos e está registrando um enorme salto de qualidade”, explica Sérgio de Almeida, gerente-geral de negócios celulose da VCP. O salto de qualidade a que se refere o executivo é resultado do processo de modernização do setor gráfico chinês, composto por cerca de 5.800 unidades industriais, que estão investindo em ganhos de escala e na atualização tecnológica. Para se adequar às especificidades do mercado chinês, a VCP criou um símbolo – uma borboleta, para representar seu logotipo comercial.

As exportações da VCP para a China ganharam maior impulso com a ampliação da maior unidade industrial da empresa, o chamado projeto P-2000, que promoveu o aumento da capacidade de produção da empresa de 850 mil toneladas de celulose por ano para 1,420 milhão de toneladas anuais.

Banco do Brasil, uma ponte para a China e todo o mercado mundial

"Somos o banco de comércio exterior do País". É assim que o diretor da Área Internacional do Banco do Brasil (BB), Augusto Braúna Pinheiro, define a atuação da instituição na intermediação dos negócios externos brasileiros.

Prova dessa dimensão internacional é o interesse do Banco do Brasil pelo mercado chinês e pelo apoio aos negócios entre a China e o Brasil. Desde 1981 um escritório do BB funciona em Hong Kong e outro escritório está em vias de instalação em Xangai. A medida em que se torna mais robusta a proeminência assumida pela China nas transações econômicas e comerciais brasileiras, mais forte se fará a presença do Banco nesse segmento.

Os números globais da operação internacional do BB também confirmam isso: em 2003, a participação do BB no mercado de câmbio de exportação ficou em torno de 30%, contra 23,15% de 2002. "Estamos aumentando nossa participação relativa no mercado de exportações e ajudando o governo na sua política de incremento das vendas externas", afirma o executivo do BB.

O câmbio de exportação engloba toda a conversão de valores feita por Adiantamento sobre Crédito Contratado (ACC), Adiantamento sobre Cambiais Entregues (ACE) ou por uma simples compra de moeda para viabilizar a venda externa. A modalidade ACC se destina ao pré-embarque e a ACE, ao pós-embarque do produto. Em 2003, o volume total de operações fechadas do Banco do Brasil, ou seja, novas transações contratadas de ACC e ACE, foi de US\$ 7,6 bilhões, com um crescimento de cerca 38% em relação a 2002, quando chegaram US\$ 5,5 bilhões.

"Trata-se de um recorde", destaca Braúna, lembrando que o banco quebrou outro recorde em dezembro do ano passado, quando as operações novas de ACC/ACE atingiram US\$ 769 milhões.

Outro importante mecanismo de crédito do BB é o Programa de Financiamento às Exportações (Proex), que abrange mais de 90% dos produtos da pauta de exportação brasileira. O Proex financia projetos,



Braúna: Financiamento às exportações somaram US\$ 7,6 bilhões no ano passado – um recorde



Modernas e bem equipadas, as agências do Banco do Brasil oferecem comodidade e segurança a seus clientes

consultoria, montagem pacotes turn-key, produções cinematográficas, softwares, franquia e turismo. "Praticamente apenas as commodities estão excluídas do programa", esclarece o gerente da Divisão do Proex da Diretoria de Governo do Banco do Brasil, Fernando Magno.

Administrado pelo BB na condição de agente financeiro, o Proex utiliza recursos orçamentários da União. Neste ano, o Orçamento do governo federal prevê R\$ 2,4 bilhões para as operações do programa, informa Magno. Direcionado à venda de bens e serviços nacionais ao exterior, tem custos compatíveis com os praticados no mercado internacional. Esse instrumento de crédito é oferecido em duas modalidades: o Proex-financeiro – o mais utilizado para micro, pequenas e médias empresas – e o Proex-equalização de taxas.

"No ano passado, o Proex concretizou exportações no valor de US\$ 4,4 bilhões", lembra Magno. Segundo

ele, foram desembolsados US\$ 571 milhões para exportadores com atuação em 87 países. Na modalidade Proex-Equalização de taxas, foram aplicados US\$ 302 milhões, que apolaram vendas externas de cerca de US\$ 4,1 bilhões. "Para cada um dólar aplicado, o Proex alavancou quatorze dólares em exportações", diz Magno.

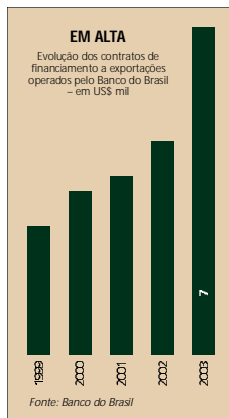
A maior parte das operações do Proex-Equalização de taxas do ano passado se direcionou para três blocos econômicos: Apec (Fórum Econômico da Ásia e Pacífico), com 24%, Nafta (Acordo de Livre Comércio da América do Norte), com 18%, e União Européia (UE), com 16%. Os setores de máquinas e equipamentos (49%), transporte (36%) e serviços (8%) foram os mais expressivos nesse modelo de financiamento.

As transações realizadas por meio do Proex-financejamento também tiveram um bom desempenho. Em 2003, essa linha de crédito atendeu 341 empresas – um acréscimo de 11% em relação ao ano anterior –, que exportaram US\$ 308 milhões. "Do total da empresas que fizeram negócios com o mercado internacional usando recursos da modalidade de financiamento, 90% foram de micro, pequeno e médio porte e 80% das operações contratadas tiveram valor abaixo de US\$ 100 mil", observa o gerente da Divisão do Proex.

As operações feitas por intermédio do Proex-financejamento tiveram como principais destinos o Nafta, com 24%; a UE, com 20%; a África, com 15%; e a Aladi (Associação Latino-Americana de Desenvolvimento e Integração), com 12%. Os negócios realizados com a Aladi por meio dessa modalidade de crédito não incluem as vendas externas para o Mercosul.

De acordo com Magno, o Proex é uma linha de crédito com vocação para atender os empreendimentos menores. "No ano passado, houve um aumento de 45%, em relação a 2002, na participação desses estabelecimentos no programa", comenta o gerente da Divisão do Proex. "Se compararmos apenas as microempresas, esse índice chega a 50%." Na sua avaliação, isso tem um enorme significado porque essas empresas são as que mais geram empregos. "Por serem exportadoras, elas não só não empregam mais, como também pagam melhores remunerações."

Além de contar com recursos do Tesouro Nacional para estimular as exportações, o BB também capta recursos para aplicar no fomento do comércio exterior. O



Agência do Banco do Brasil em Tóquio: maior presença no mercado asiático

gerente executivo da Gerência de Clientes e Mercado Internacional de Capitais, Eduardo Nascimento, explica que a instituição tem três grandes fontes da captação na área externa: pessoas físicas e jurídicas, operações interbancárias e mercado de capitais.

Em 2003, o volume de captação, via emissão de títulos no mercado internacional de capitais, foi de aproximadamente US\$ 23,6 bilhões e de 1 bilhão de euros. As emissões em que o BB participou somaram US\$ 2,5 bilhões e 150 milhões de euros. "Esses recursos, que podem ser usados pelo banco em qualquer atividade comercial, têm servido muito para estimular as operações de comércio exterior", ressalta Nascimento.

O BB não realiza apenas emissões padronizadas no mercado internacional de capitais. O banco também faz operações estruturadas, que contam com algum reforço de garantia para reduzir o risco do papel. As emissões securitizadas por fluxos de recebíveis ou remessas são exemplos de operações estruturadas. No ano passado, BB colocou no mercado duas novas séries de ordens de pagamento em dólares, diversificadas, dentro do seu programa MT 100, no qual as remessas financeiras feitas de Nova York são securitizadas. Ao operar nesse segmento, com base na sua força e na boa imagem difundida em todo o mundo, o BB consolida a sua participação no privilegiado grupo de pesos pesados que têm acesso ao capital internacional.

Balcão de negócios eletrônicos

Uma ferramenta de fácil acesso, ágil e capaz de transpor fronteiras com um simples toque uma tecla. Assim é o Balcão de Comércio Exterior, uma sala virtual de negócios internacionais lançada pelo Banco do Brasil em 2003 para apoiar a inserção de micro, pequenas e médias empresas brasileiras no mercado exportador.

Hoje, o site tem cadastradas mais de três mil empresas nacionais, 4.100 produtos e 760 importadores. Desde que começou a funcionar, em abril do ano passado, a página viabilizou 224 operações de vendas pela internet e 83 amostras de mercadorias, informa o gerente executivo do Balcão de Comércio Exterior, Ivan Monteiro.

Para realizar negócios por intermédio do site, basta que o exportador seja cliente do BB, não tenha restrições de crédito e se cadastre no Balcão de Comércio Exterior. Na sala virtual, o empresário apresenta seus produtos com respectivos preços e as informações necessárias para realizar as transações com os importadores. As operações não podem ser superiores a US\$ 10 mil e contam o suporte logístico do BB e seus parceiros, como os Correios, por meio do serviço Exporta Fácil, e a FedEx Express, que atuam no transporte e entrega de mercadorias.

O Balcão de Comércio Exterior é um ambiente seguro de operar no mercado internacional. Para reduzir os riscos tanto para os exportadores como para os importadores, o BB dispõe de um serviço de custódia. Por seu intermédio, o banco só autoriza o exportador a liberar a mercadoria quando o importador já tiver depositado o dinheiro, que fica sob a guarda da instituição. Ao mesmo tempo, o pagamento só é feito quando o produto já estiver sido embarcado para o seu destino.

“Esse é um sistema inteligente de inserção dos empresários de menor porte no mercado internacional, que está amparado na credibilidade do Banco do Brasil”, diz Monteiro. Os empresários cadastrados no site também recebem consultoria do BB, para que saibam classificar suas mercadorias de acordo com as normas do comércio mundial, realizar as demais operações de vendas externas e superar a burocracia oficial ainda existente no mercado exportador.

“O Balcão de Comércio Exterior é uma ferramenta muito interessante, porque facilita os trâmites da operação de venda externa e abre novas perspectivas comerciais”, diz a empresária Márcia de Oliveira, sócia-administradora da MusicBrazil, empresa que atua no ramo



Tecnologia, um dos principais focos de trabalho do Banco do Brasil

de exportação de CDs e DVDs de shows musicais e filmes brasileiros e livros sobre arte e cultura nacional. Os principais destinos atendidos pela empresa são a Espanha e a Itália.

A exemplo da MusicBrazil, a Ranajax – empresa que produz e comercializa carne de rã –, também opera pelo Balcão de Comércio Exterior. “Essa ferramenta presta um grande apoio para o pequeno exportador”, diz o empresário Dinis Lourenço da Silva, um dos sócios da empresa, que comercializa cerca de 150 toneladas/ano de carne de rã.

Experiência internacional

O Banco do Brasil é um dos principais operadores do comércio exterior brasileiro. Os exportadores e os importadores têm no BB um canal ágil e moderno de intermediação de seus negócios. Com quase 196 anos de história, o banco atua há mais de 60 anos de maneira destacada nesse segmento. Presente em 19 países, o BB opera 17 agências, sete unidades de negócios, seis subagências e quatro subsidiárias.

Impulsionado pelo maior dinamismo do país no comércio internacional, decorrente da política externa mais atuante adotada pelo governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, o BB está procurando ampliar sua participação em novos mercados. Aproveitando os resultados diplomáticos e comerciais da recente visita do

presidente ao Oriente Médio, o BB examina a possível instalação de uma base operacional na região. Paralelamente, o banco está abrindo escritórios na China e em Angola. E, no ano passado, inaugurou uma representação no México.

Graças à sua capilaridade dentro e fora do país, o BB conseguiu montar uma ampla e ágil estrutura de intermediação das transações comerciais internacionais. “Desenvolvemos uma estratégia de incentivo às exportações”, revela o diretor da Área Internacional do Banco do Brasil, Augusto Braúna Pinheiro. “Estamos presentes em todo o país e contamos com pessoal especializado em comércio exterior em nossas agências. Esses funcionários estão sempre em busca de empresas com potencial exportador.” Ou seja, o BB atua como um canal de incremento do comércio exterior brasileiro.

Além de intermediar operações de exportação de grandes grupos, o Banco do Brasil vem focando sua atuação nos micro, pequenos e médios empreendimentos. Para tanto, dispõe de ferramentas específicas para apoiar as empresas desse segmento a exportarem. Um desses mecanismos é o Programa de Geração de Negócios Internacionais para as Micro e Pequenas Empresas (PGNI-MPE). Outro é o Balcão de Comércio Exterior, site da internet que foi montado para facilitar o acesso de empresas de menor porte ao mercado externo, assim como o Programa de Financiamento às Exportações (Proex).

O BB oferece às micro, pequenas e médias empresas, por intermédio do PGNI-MPE e do Balcão de Comércio Exterior, capacitação e consultoria para que possam interagir no mercado internacional. Esse trabalho vai desde o apoio à prospecção de possíveis importadores, passando pela promoção comercial, até a realização da venda e logística.

No desenvolvimento de sua estratégia de ação no mercado internacional, o BB conta com parceiros importantes, como o Ministério das Relações Exteriores (MRE), a Agência de Promoção de Exportações do Brasil (Apex-Brasil), vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, a Empresa Brasileira de Correios e a Fedex Express.

